

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO  
LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM EMPRESAS**

**MARIANA DO NASCIMENTO VIANA**

**ESTUDO DO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL NO MUNICÍPIO DE  
URUSSANGA - SC**

**CRICIÚMA, MAIO 2010**

**MARIANA DO NASCIMENTO VIANA**

**ESTUDO DO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL NO MUNICÍPIO DE  
URUSSANGA - SC**

Monografia apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas, no curso de Administração de Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Jaime Dagostim Picolo

**CRICIÚMA, MAIO 2010**

**MARIANA DO NASCIMENTO VIANA**

**ESTUDO DO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL NO MUNICÍPIO DE  
URUSSANGA - SC**

Monografia aprovada pela Banca Examinadora para obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas, no curso de Administração de Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 28 de Junho de 2011.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Jaime Dagostim Picolo - (UNESC) - Orientador

---

Prof. Edson Firmino Ribeiro - (UNESC)

---

Prof. Herbert Levy - (UNESC)

## **AGRADECIMENTOS**

Esse trabalho marca a conclusão de mais uma importante etapa da minha vida, contudo, como sempre necessitamos de ajuda e para a realização deste estudo não foi diferente. A elaboração do mesmo somente foi possível devido à colaboração de algumas pessoas, de forma direta e indireta.

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus por minha existência e pelas oportunidades fornecidas em minha vida. Ele que nos momentos em que tive dificuldade sempre foi meu refúgio.

Aos meus pais, Antônio e Andréa, nos quais sigo como exemplo, pelo amor, carinho, dedicação, amizade e ensinamentos passados durante minha vida.

Aos meus irmãos Luiz Antônio e Maria Julia pelos momentos de descontração que sempre me proporcionam.

Ao meu amado namorado Rafael pela compreensão, dedicação, amizade e companheirismo, sempre me apoiando em todos os momentos.

Aos meus amigos e amigas, que quando preciso sempre me proporcionam momentos agradáveis. Em especial aos meus amigos Diego, Marina, Ana Caroline e Camila.

Aos meus colegas e todos os professores do curso pela amizade, força e companheirismo durante toda esta jornada.

Agradeço também ao meu orientador Jaime Dagostim Picolo pela dedicação, orientação e por ter aceitado esse desafio junto comigo.

## RESUMO

VIANA, Mariana do Nascimento. **Estudo do Empreendedor Individual no Município de Urussanga, SC.** 2011. 90 páginas. Monografia do Curso de Administração, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

O presente estudo foi elaborado com os trabalhadores informais que residem no município de Urussanga, SC. O objetivo geral desse estudo foi estudar o perfil do empreendedor que optou por ser empreendedor individual, verificar as etapas necessárias para se formalizar como empreendedor individual. O problema desta pesquisa surgiu a partir das dificuldades que os empreendedores entrevistados apontaram. Para que o tema proposta fosse respondido e que a partir daí fosse oferecida sustentação ao problema proposto, foi feita uma revisão bibliográfica, com autores que entendem e são renomeados quando o assunto é empreendedorismo, abordando as características dos empreendedores, o perfil e os benefícios do empreendedorismo. Na pesquisa de campo além do estudo do perfil do empreendedor foram vistas suas dificuldades e os benefícios que a nova lei traz para o trabalhador informal. Em suma, a pesquisa possibilitou verificar que a formalização para os trabalhadores informal é viável.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Empreendedor Individual. financeira.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1: Empresário .....</b>	<b>36</b>
<b>Quadro 2: Sociedade Limitada .....</b>	<b>37</b>
<b>Quadro 3: Sociedade em Nome Coletivo .....</b>	<b>38</b>
<b>Quadro 4: Sociedade Simples .....</b>	<b>38</b>
<b>Quadro 5: Sociedade Anônima.....</b>	<b>39</b>
<b>Quadro 6: Sociedade Comandita Simples.....</b>	<b>39</b>
<b>Quadro 7: Sociedade em Comandita por Ações .....</b>	<b>40</b>
<b>Quadro 8: Identificar as Oportunidades.....</b>	<b>42</b>
<b>Quadro 9: Atividade Econômica MEI.....</b>	<b>44</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Faixa Etária .....	52
<b>Figura 2:</b> Sexo .....	53
<b>Figura 3:</b> Escolaridade.....	54
<b>Figura 4:</b> Experiência na Área de Atuação .....	55
<b>Figura 5:</b> Em relação ao Profissional.....	56
<b>Figura 6:</b> Atuação da Empresa .....	57
<b>Figura 7:</b> Principais Produtos e Serviços .....	58
<b>Figura 8:</b> Nova Modalidade.....	60
<b>Figura 9:</b> Site Portal do Empreendedor .....	88

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1 PROBLEMA.....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 OBJETIVOS .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.1 OBJETIVO GERAL .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 JUSTIFICATIVA .....</b>	<b>11</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 DEFINIÇÃO DO EMPREENDEDORISMO .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.1 Estilos de Empreendedorismo .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.2 Benefícios do Empreendedorismo.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.2.1 Inovação .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.2.2 Desenvolvimento Econômico.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.2.3 Serviços ou processos .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL .....</b>	<b>18</b>
<b>2.3 O EMPREENDEDOR .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.1 Características do Empreendedor .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.2 Perfil do Empreendedor .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3.3 Espírito Empreendedor .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4 PLANO DE NEGÓCIOS.....</b>	<b>27</b>
<b>2.4.1 Planejando o Negócio .....</b>	<b>29</b>
<b>2.4.2 Plano Financeiro.....</b>	<b>32</b>
<b>2.4.3 Por que devemos planejar? .....</b>	<b>33</b>
<b>2.5 LEGISLAÇÃO DAS EMPRESAS.....</b>	<b>35</b>
<b>2.5.1 Tipos de empresas .....</b>	<b>36</b>
<b>2.5.2 Empreendedor Individual.....</b>	<b>41</b>
<b>2.6.3 Tratamento Tributário .....</b>	<b>44</b>
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>46</b>
<b>3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1.1 Pesquisa Bibliográfica .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1.2 Pesquisa Descritiva.....</b>	<b>48</b>
<b>3.1.3 Técnica de Análise Quantitativa.....</b>	<b>48</b>



3.1.4 Técnica de Análise Qualitativa .....	49
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E POPULAÇÃO ALVO DO ESTUDO .....	49
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS.....	50
3.4 INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	50
4 ANÁLISE DA PESQUISA .....	51
4.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR .....	51
4.2 PERGUNTAS ABERTAS .....	61
5 CONCLUSÃO .....	76
REFERÊNCIAS.....	78
APÊNDICES.....	82

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente no Brasil, as pessoas têm a oportunidade de trabalharem como empregados, autônomos ou empreender um negócio. São inúmeras pessoas no mercado de trabalho informal. Segundo o site do Portal do Empreendedor do SEBRAE, até o mês de Novembro de 2010, em todo o Brasil foram cadastrados mais de 500.000 (quinhentos mil) empreendedores individuais, sendo que, deste montante, em Santa Catarina já foram cadastrados até o mês de Outubro de 2010, 2.601 (dois mil seiscentos e um) Empreendedores Individuais. Sendo que, a meta para este ano no estado é formalizar 3.075 (três mil e setenta e cinco) trabalhadores autônomos.

O empreendedorismo segundo Dolabella (1999), tem uma definição que passa por duas correntes teóricas: a econômica, onde esta associada à inovação e a corrente comportamentalista que ressalta os aspectos relacionados a atitudes, como por exemplo, a criatividade e a intuição. Souza (2001) em seus estudos sobre o tema, encontra na gestão de negócios, o empreendedorismo, como uma ação que utiliza tanto do risco, como da transformação de situações existentes, para inovar, gerar crescimento de riqueza, criar empregos e logo o fortalecimento da economia global.

Souza (2001, p.22) disserta sobre este conceito como o “[...] resultado tangível ou intangível de uma pessoa com habilidades criativas, sendo uma complexa função de experiências de vida, oportunidades, habilidade e capacidades individuais e que no seu exercício esta inerente a variável risco, tanto em sua vida como em sua carreira”.

Desta maneira, observa-se que o empreendedorismo aparece como um estilo coletivo ou individual e ressalta uma definição de auto-realização, inovação e criatividade. Portanto, um termo que exorta na administração de negócios a constantemente renovação e adaptação ao ambiente interno e externo.

No Brasil, este tema inserido na década de 1970 em algumas universidades, como a Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas, tem como fator norteador a busca por atender as demandas de um mercado globalizado, por meio da criação de negócios inovadores e criativos (DOLABELA, 1999).

Em tempos contemporâneos, as tendências percebidas são de fazer frente às oportunidades abertas pela crescente competitividade, onde o imperativo é a promoção de novas habilidades tanto empresariais como individuais, conciliadas com as mudanças e inovações (CARRETEIRO, 1999).

Dentro desta lógica de pesquisa é que se considera importante entender como o empreendedorismo individual, uma nova modalidade de empreendedorismo surgiu. Após pesquisas aplicadas pela ECINF (Pesquisa Econômica Informal Urbana) no ano de 2003, o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) identificou que no Brasil, existia cerca de duas empresas informais para cada uma legalizada (FERREIRA, 2009).

Foi então criada uma Lei Complementar nº 128, em 19/12/2008, para criar certas condições especiais para o trabalhador que é conhecido como informal, se torne um Empreendedor Individual, e assim vencer a resistência dos empreendedores quanto a formalização de seus negócios.

O Sebrae criou um manual que segundo Ferreira, (2009, 5) “[...] tem como objetivo disseminar os benefícios criados pela LC 128/2008 [...] estão esclarecidos os conceitos, os critérios simplificados para a legalização e o tratamento tributário criado especialmente para o Empreendedor Individual”.

## **1.1 PROBLEMA**

Com forte presença na economia brasileira, os negócios informais vêm tendo grande desenvolvimento e boa parte é representada por empresa de pequeno porte. Porém, são negócios que estão condenados, pois nem sempre são legalmente regularizados, tornando-se difícil mantê-los. Em 19/12/2008 foi criada a Lei Complementar nº 128 para que os autônomos possam se formalizar, desde então ainda não foi estudado a opinião e o perfil do empreendedor individual, o que o motivou a adesão do programa, se suas expectativas foram atendidas, quais as suas dificuldades na adesão e suas necessidades.

Diante desses trabalhadores que já formalizaram seus negócios, surge uma questão a ser estudada: Qual a opinião do Empreendedor Individual sobre esta nova modalidade de empreendedorismo?

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 OBJETIVO GERAL**

Estudar o perfil de empreendedores que optaram por serem Empreendedor Individuais residentes no município de Urussanga – SC.

### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Conhecer o perfil do empreendedor individual;
- b) Levantar as principais motivações em ser um empreendedor;
- c) Verificar os benefícios percebidos em se tornar um empreendedor individual;
- d) Averiguar as dificuldades apontadas pelo empreendedor individual.

## **1.3 JUSTIFICATIVA**

Este trabalho tem como objetivo estudar o perfil do empreendedor que optou por ser Empreendedor Individual, e que reside no município de Urussanga - SC. Torna-se importante esta pesquisa pois estes empreendedores eram pessoas consideradas trabalhadores informais e agora tem a possibilidade de ter seu negócio legalizado, ocorrendo após a aprovação da Lei Complementar nº 128/2008 de 19/12/2008.

A relevância está em um estudo que busque demonstrar a visão do “empreendedor individual” que se antecede a novas oportunidades no mercado, uma estratégia que permite novos métodos para penetrar e se desenvolver em

novos mercados, ou até mesmo na criação destes, a partir da personalidade criativa e desafiante que deve ter um empreendedor em tempos contemporâneos.

Por fim, esse estudo se faz viável, já que foi possível o acesso as informações junto ao SEBRAE, que é o grande incentivador ao trabalhador informal se fazer um empreendedor individual. Disponibilizando dados e informações em seu próprio site e por conseguir também algumas informações com a Prefeitura Municipal de Urussanga – SC, sendo que, a ajuda destes órgãos foi de extrema valia para o trabalho.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Boaventura (2004) descreve a fundamentação teórica como uma noção mais avançada sobre o assunto que deseja falar. Com o propósito de projetar as informações que o acadêmico deseja obter sobre as teorias e literaturas que existem na área científica.

Para Gil (1999) a fundamentação teórica deve ser detalhada e objetiva, por isso deve-se o entendimento do acadêmico antes de descrevê-la.

### **2.1 DEFINIÇÃO DO EMPREENDEDORISMO**

A palavra empreendedorismo tem sua origem ligada ao termo empreendedor, que foi utilizado pela primeira vez pelo economista irlandês Richard Cantillon, no século XVII. A finalidade da expressão na época era de diferenciar os empresários dos trabalhadores que eram contratados por terceiros, onde se analisava a insegurança e o risco que eram assumidos pelos primeiros (LEITE, 2002).

Porém, nos últimos tempos podem ser encontrados distintos conceitos para a definição de empreendedorismo. Dornelas (2001) tem como objetivo partir da definição de empreendedor para a compreensão de empreendedorismo, onde apresenta um modelo de administrador que busca fazer com que as coisas aconteçam adaptando-se as mudanças. Neste caso, a palavra empreendedorismo aparece como o processo de exploração na tentativa de transformar algo oportuno em importante.

Para Dornelas, (2004, p.81) o “empreendedorismo é o processo de criação de valor pela utilização de forma diferente dos recursos, buscando explorar uma oportunidade”.

Frente aos conceitos introdutórios sobre o tema, é válido ressaltar de acordo com a literatura acadêmica as características e perspectivas do empreendedorismo.

O empreendedorismo segundo Bernardi (2003) vem da nossa capacidade de observação. Da maneira que olhamos para as pessoas, as tendências, o meio ambiente, de uma forma mais racional e irracional, observando a partir disso, as necessidades, precisões, e demandas que irão passar a existir ou talvez as já existentes, e a partir destas, analisar a insatisfação, formando novas idéias para um empreendimento que agrade a todos.

Já Dornelas (2005) e Aidar (2007) afirmam que o empreendedorismo acontece a partir do surgimento de uma idéia, está então, passa a ser uma oportunidade, e para que esta obtenha o sucesso, faz-se necessário que a tarefa seja realizada sem deixar falhas, isto é, por completo. Basicamente, o empreendedorismo é o surgimento de uma novidade de mercado ou negócio.

São realizadas pesquisas na área de empreendedorismo que se concentram basicamente nos estudos que analisam o comportamento humano, este pode ou não levar o empreendedor ao sucesso. Entretanto, o instrumento necessário para o indivíduo se tornar um empreendedor de sucesso nada mais é do que a facilidade que ele tem de gerenciar algo. Deste modo, a qualidade necessária para empreender, é analisar o que for indispensável e com isso absorver o que o necessário para criar, este é o desenvolver de uma visão empreendedora (FARRAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2008).

Para Dornelas (2003), o empreendedorismo é uma filosofia comportamental, no qual auxilia o modo de atuação em uma empresa, focando todos em um mesmo objetivo. É a abertura de novas oportunidades de mercados, produtos, processos, ou seja, para que as pessoas trabalhem em buscas dessas prioridades para o empreendimento, por meio das atividades que são realizadas internamente, buscando inovar o enfoque. O autor afirma que se deve começar a observar o empreendedorismo deste modo, para que o mesmo comece a se tornar o componente básico para a alteração da estrutura de uma organização, a mesma deve mudar seu posicionamento e passará a ter mudanças empresariais.

### 2.1.1 Estilos de Empreendedorismo

Para Dolabela (1999), estilos de empreendedorismo são as características, atitudes e comportamento do empreendedor, que servem de referência para a construção dos processos de empreendedores, sendo que, a personalidade pode configurar a imagem, os valores e comportamento social da empresa.

Para Lezana (1999) os estilos de empreendedorismo, estão inteiramente relacionados às circunstâncias técnicas do negócio; conhecimento na área comercial; grau de escolaridade; experiência em outras empresas; formação superior e o dia a dia com situações nunca vista.

O que se observa frente aos autores relacionados é que o empreendedorismo tem seus estilos ligados as suas características de capacidade que devem ter os empreendedores em realizar estratégias as principais ações de criação, crescimento e inovação organizacional.

Para Batista (2005), há três estilos de empreendedorismo: o empreendedor corporativo, colaborador de uma organização; o empreendedor star-up ou de negócios, no qual o próprio nome deixa claro, aquele que cria e inova com novos negócios; e o empreendedor social, no qual cria um empreendimento pensando na missão social.

Batista (2005) ainda fala um pouco mais desses estilos, para ele o empreendedorismo corporativo defini-se como um processo de identificar novas oportunidades de negócios dentro de uma empresa já existente. É a renovação e inovação da empresa por meio de um grupo de pessoas que trabalham na mesma e ficam responsáveis por esse processo. Geralmente esse processo é avaliado e determinado de acordo com o ambiente.

O empreendedorismo de negócios é o dilema de todas as organizações. Competitividade, concorrência, clientes, lucratividade e produtividade. Já o empreendimento social refere-se à comunidade, para ser bem sucedido o empreendedor social precisa fazer os seguintes atos: preservar a cultura local, introduzir novas inclusões sociais, incentivar o comportamento ético e responsável das pessoas da comunidade gerando emprego e renda para a comunidade. Esse tipo de empreendedorismo tem como principal objetivo a coletividade e não ser



competitivo, não é um empreendedorismo individual, pois usa a eficiência sistemática.

### **2.1.2 Benefícios do Empreendedorismo**

Segundo Dolabela (1999) e Stoner (1994), com sua percepção, que normalmente é considerada ampla pelo fato de ter grande facilidade em encontrar oportunidades. O empreendedor tem uma visão para o futuro, é criativo e em virtude disso dispõe de benefícios que futuramente irão ajudar na comunidade na criação de novos serviços e produtos e como resultado disso o desenvolvimento econômico.

#### **2.1.2.1 Inovação**

O empreendedor foi identificado como um inovador na era da Revolução Industrial. Ele pode inovar tanto em produtos novos, serviços e até mesmo nas áreas de tecnologia (STONER, 1994).

Para Tigre (2006) a produtividade teve um aumento consideravelmente positivo em virtude de Revolução Industrial, pois a partir da mesma, as organizações começaram a investir mais nos processos produtivos adquirindo máquinas. Em meados do século XVIII, quem comandava a economia no mundo era a agricultura. Nenhum um produto era igual ao outro, a produção era feita manualmente, de forma artesanal. Neste século a indústria não era muito falada, apesar de já existirem organizações hierárquicas.

Dornelas (2003) assevera que o empreendedor está sempre inovando, pois o objetivo dele é não sair do mercado, e uma das formas de permanência é a agregação de valores aos produtos. Inovar é criar, mudar, transformar. A inovação, por ser utilizada na criação de novos produtos e serviços, tornando-se um tema bastante conhecido nas organizações. Pois se a organização está sempre inovando, ela abre caminhos para surgir novas oportunidades.

Inovação pode significar lucro para a organização. Mattos (2005) afirma e

completa a inovação como as alterações feitas dentro da empresa, nos produtos e até mesmo nos serviços onde sua comercialização se torna indispensável para o crescimento da mesma.

Já Dornelas (2003) diz que quando o empreendedor procura inovar ele usa as suas informações, criatividade e desenvolturas e sua intenção é apenas comercial.

Para Finep (2006) o objetivo da inovação é fazer com que a empresa se torne competitiva, como consequência acontece à valorização dos produtos desta. Por meio das idéias que viram produtos é que a inovação começa a gerar rendimento para a empresa. Ainda para o autor, inovação é o aprimorar de um produto que tem como foco atender o que seus clientes desejam. E como consequência disto, o lucro que o produto trará a empresa enquanto estiver no mercado.

#### **2.1.2.2 Desenvolvimento Econômico**

Para Dornelas (1999) o empreendedorismo está focado no desenvolvimento da economia de um local determinado. A economia está sempre modificando, isso porque os consumidores estão cada vez mais exigentes e procurando com frequência produtos e serviços que apresentem tecnologia e qualidade. E como a tecnologia está em constante evolução, às organizações procuram modernizar-se constantemente para atender seu público desejado.

Conforme Hisrich e Peters (2004) o papel do empreendedor no mundo é tomar a iniciativa para construir um novo mercado, no qual deve oferecer mudanças para a sociedade. Seu papel é mais que uma grande produção e também o aumento do rendimento econômico de um determinado local.

As organizações mais antigas estão perdendo o lugar para as novas empresas que estão aparecendo, pois estas organizações vêm para atender as necessidades e vontades do consumidor de forma mais ágil, e por isso as empresas estão mais competitivas a cada ano que passa (DORNELAS, 2003).

### **2.1.2.3 Serviços ou processos**

Para novos métodos tecnológicos que são instalados na área de produção da empresa ou até mesmo em outros setores de uma organização, o gestor está sempre pensando em inovar o processo produtivo devido à necessidade de qualidade e baixo custo. (MANUAL DE OSLO, 1997)

Para Moreira (2007) por meio dos fornecedores, a inovação do produto ou serviço pode ser promovida com a realização de prestação de serviço, e isso pode acontecer por meio das pesquisas de desenvolvimento realizadas. A união da tecnologia com a ampliação causou a inovação, com isso, houve a melhora no desenvolvimento, na produção e também na prestação de serviço.

Para Drucker (1999) o Estados Unidos teve um crescimento significativo em sua economia nos últimos cinqüentas anos, não seguindo previsões de Kondratieff, tomada pelos novos negócios a mão de obra barata e o desemprego não tiveram vez. Grande parte das empresas se juntou no campo em que atuam, e não fizeram o esperado, no caso ir para o ramo da alta tecnologia. As ações sofreram alterações, a partir de mil novecentos e noventa e cinco obtiveram grande alarde. A administração tem cada vez mais permitido o desenvolvimento da economia empreendedora.

## **2.2 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL**

De acordo como Dornelas (2001) o conceito do empreendedorismo no Brasil começou a ser divulgado com mais intensidade a partir da década de noventa, porém, nos tempos atuais tem sido muito comentado e com um entendimento mais fácil. Agostini, Angonese e Bogoni (2001) afirmam a existência de alguns fatores que fizeram do tema empreendedorismo muito mais comentado, tais como: grande queda nos números de empregos para a sociedade que, de certa forma, é ativa economicamente; dinamismo econômico no mundo e a transformação no modo de administrar as empresas.

Desta maneira, Greco et al (2009) abordam sobre o empreendedorismo no Brasil, no ano de 2008, por meio de uma pesquisa comparativa com diversos países que também utilizam o empreendedorismo como estratégia organizacional e para o fortalecimento e sustento da economia.

Sendo assim, os autores observam que o Brasil ocupou a 13ª posição no ranking mundial de empreendedorismo segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* em 2008, onde ocorreu uma inversão na evolução da taxa de empreendedorismo nascente em relação à taxa de empreendedores novos, no período de 2001 a 2008. Em outras palavras, em 2001, o país possuía 65% de empreendedores nascentes para 35% de empreendedores novos, e em 2008, 24% de empreendedores nascentes para 76% de empreendedores novos.

Greco et al (2009) na investigação realizada, notaram também que a capacidade de empreender do povo brasileiro é determinante nos processos de desenvolvimento socioeconômico. Constatando-se que em 2008, o Brasil, ocupou o 3º lugar em relação a 42 países pesquisados, na participação de jovens em atividades empreendedoras, e 30º posição em relação ao público idoso, demonstrando, portanto, uma nova dinâmica de empreendedorismo.

Por fim, os autores esclarecem que o grande desafio do Brasil, é multiplicar o número desses empreendedores que geram emprego e renda. Para tanto, é necessário investimentos contínuos em programas e políticas de apoio ao empreendedorismo (GRECO ET AL, 2009).

## **2.3 O EMPREENDEDOR**

Degen (1989) denomina o empreendedor como o incansável, pois ele está sempre analisando ou observando um negócio, sempre a procura de novas oportunidades, seja no caminho de casa, analisando comportamentos dos colegas no trabalho, ou até mesmo observando os consumidores nas compras. Os empreendedores não nascem com as habilidades de identificação, mas começam a adotá-las quando estão em buscas de novas oportunidades de negócio. A grande

responsável pela diversidade das empresas é a criatividade. Ela é responsável pela observação incansável de outros negócios, associação de idéias, sucessos e fracassos. Diante disso, o empreendedor aprende a desenvolver aptidões comparadas a um treinamento. O empreendedor então é visualizado como um gestor inovador.

Birley e Muzyka (2001) afirmam que o empreendedor é uma pessoa com grandes responsabilidades e também bastante flexível, com objetivos e desejos. É aquela pessoa que está disposta e se prepara para correr riscos, para poder transformá-los em uma nova oportunidade de negócio. Suas idéias geralmente são simples e lucrativas.

Dolabela (2006) e Chiavenato (2005) acreditam que nos tempos atuais os empreendedores são os responsáveis por mover a economia, pois são considerados como agente de mudanças, até mesmo heróis, por representarem força no mundo dos negócios, e sempre estão dispostas a assumir riscos.

O significado da palavra empreendedor pode mudar de país pra país e até mesmo de época do ano. Essa palavra teve evolução no fim do século XVII, onde para ser um empreendedor podia-se fazer qualquer negócio. No século XX passou a ser considerado empreendedor quem comandava as indústrias, já nos tempos atuais qualquer pessoa com uma idéia de inovação ou negócio pode ser considerada como empreendedora (DOLABELA, 1999).

Sarkar (2008) aborda a existência de grande número de estudos que mostram as diferenças dos empreendedores de sucessos e dos demais. Esses estudos estão em busca da capacidade do empreendedor, procurando se é da genética ou se as idéias partem do aprendizado, sendo que, não houve conclusão, mas a opiniões distintas. Bhagaban, Calcich e Ede (1998) afirmam que não acreditam que o empreendedorismo venha da genética, pois primeiro deve-se aprender a criar. Dolabela (1999) também não acredita que para ser um empreendedor precisa estar na genética, pois o individuo deve identificar as características para ser um empreendedor com a finalidade de aperfeiçoamento afim de se tornar um empreendedor de sucesso.

Para Birley e Musyka (2001) os empreendedores são pessoas orientadas para realizar, pois estão sempre aptos a assumir grandes responsabilidades em virtude de suas decisões e não se acostumam com os trabalhos rotineiros, estão sempre buscando inovações para se manter no mercado e sair da rotina. O bom

empreendedor possui determinadas características como a perseverança, energia e criatividade.

Dornelas (2005) diz que o empreendedor é um curioso para colocar inovações, sejam elas produtos ou novos serviços, o empreendedor passa por cima das ordens econômicas que já existem, isso para introduzir produtos e serviços novos, nova organizações ou então pelo fato da curiosidade de explorar novos recursos no mercado. Para Degen (1989), o empreendedor é um indivíduo que não se cansa, faz das oportunidades que surgem no mercado um novo empreendimento. Como consequência desta cede por inovação, as chances do sucesso são maiores.

De acordo com Birley e Musyka (2001), para por em prática a oportunidade identificada, o empreendedor se dispõe a assumir riscos. Sarkar (2008) vê o empreendedor como a pessoa que tem facilidade de identificar as oportunidades, fica responsável por criar e buscar os recursos necessários, e também é o representante da organização. Ainda para Sarkar (2008) resumidamente os empreendedores são indivíduos que buscam criar valor.

Para finalizar, Dolabela (1999) afirma que a palavra empreendedor não é limitada apenas à área de negócios, mas envolve também as áreas de pesquisa e ensino, pois, o empreendedor é aquele que contribui para geração novos empregos, conhecimento e riqueza no país.

### **2.3.1 Características do Empreendedor**

Os empreendedores não são iguais, cada um tem suas peculiaridades. Salim (2003) afirma que os empreendedores têm como característica a compreensão da vida, por isso, há vários empreendedores, porém em ramos distintos. Para Dornelas (2005) os empreendedores apresentam como características o gosto e o prazer de trabalhar no que fazem. Tem iniciativa quando se trata de algo novo, tem criatividade em transformar o ambiente de trabalho e econômico em algo mais agradável, sabe que o sucesso não é garantido, mas com satisfação assume os riscos calculados somente para poder colocar em prática suas idéias.

As características mais marcantes de um empreendedor de sucesso são: otimismo; confiança; iniciativa; a busca pela realização de uma idéia; estar sempre aprendendo tanto nos acertos quanto nos erros e mesmo assim acredita que esse era o resultado esperado, tem forte percepção das coisas para ter um *feedback* a respeito de seus trabalhos e sempre procura aperfeiçoar o que não está bom, é um grande procurado, sabe empregar e administra recursos com facilidade, é criativo, idealista, apesar de ser racional, sabe perfeitamente o ramo em que atua, pois tem a preocupação de estudar antes o ramo, não costuma ser aventureiro, assume riscos com cautela, se arrisca, mas sempre buscando uma forma de amenizar o risco (TIMMONS e HORNADAY, 1994).

Já para Dornelas (2007) as principais características são: excêntricos; sabem e buscam sempre a tomada de decisões; fazem a diferença; exploram ao máximo quando surge uma oportunidade; determinados e dinâmicos; são dedicados; constroem o seu próprio destino por serem independentes; são sempre otimistas e gostam do que fazem; são líderes formadores de equipe; ficam ricos; sabem como se relacionar; são organizados; estão sempre planejando; possuem grande conhecimento das coisas; assumem riscos; mas estes são sempre calculados e estão sempre criando valores para a sociedade.

Kuemmerle (2002) considera que os empreendedores de sucesso são aquelas pessoas que não se importam em quebrar as regras, em fazer grandes inimigos, são indivíduos que possuem uma paciência para iniciar um negócio, são versáteis em mudar as regras, sabem como tomar uma decisão e fechar um acordo de negócio.

Para finalizar, essas características ainda podem ser aprimoradas, pois elas estão sempre em desenvolvimento. Atualmente, a formação de novos empreendedores tem sido constante, e isso nos mostra que é possível aprender a empreender, e que para ser um empreendedor não precisa ser genético, basta ter iniciativa, ser criativo e principalmente, não ter medo de assumir riscos.

### 2.3.2 Perfil do Empreendedor

Leite (1999) comenta que o perfil profissional que se baseia no empreendedorismo, pois são indivíduos:

- Multifuncionais, ou seja, possuem uma formação múltipla, nem sempre se focando apenas em área específica, sempre conhecendo um pouco de tudo;
- Sempre fazem o que gostam, com motivação e otimismo;
- O domínio da informática não é amplo, sabe apenas o necessário;
- Possuem conhecimento expansivo dos princípios básicos e das diretrizes da administração, de um modo que habilidades de negócios e de gestão especificam em relação à gestão de negócios;
- Trabalha com facilidade em equipe, observando e valorizando o trabalho de sua equipe, compartilha experiências e decisões.

Para Cunha e Ferla (1997), afirmam que esses profissionais estipulam suas metas, se focando inteiramente a atingi-las, comportamento que geralmente é adquirido através do tempo, ao longo das experiências adquiridas durante a carreira, ou seja, o empreendedor é o profissional que é formado dentro do próprio mercado de trabalho.

Gerber (2004) rotula o empreendedor como uma pessoa estratégica, que está sempre criando oportunidades novas no mercado, sempre transformando as possibilidades em algo provável. E, sempre seguindo esta linha, sua ação geralmente tem impacto de decisão quando se trata de organização, já que sua dinâmica de trabalho, geralmente dita o ritmo dos processos.

O perfil do empreendedor está se desenvolvendo cada vez mais, em virtude da situação em que o mercado de trabalho se encontra, isto ocorre por conta da falta de emprego, fazendo com que as pessoas passem a ter seu próprio negócio para gerar renda. A geração de novas empresas está crescendo tanto da maneira informal, quanto nos trâmites formais. Observa-se um amplo mercado de trabalhadores informais, prestadores de serviços, autônomos e donos de empresas. A melhor solução pra o desemprego nos tempos atuais é ser empreendedor, é ter o seu próprio negocio, assim a pessoa não fica desempregada. (LEITE, 1999)



Entretanto, é importante ressaltar que para ter um empreendimento é necessário ter habilidades além do perfil do empreendedor. Vêras (1999) reforça esse entendimento, ao destacar que 80% dos novos empreendimentos não conseguem se estabelecer em seu primeiro ano de funcionamento, pois há dificuldades tanto na burocracia desses novos negócios, como também no financeiro. Porém, as peculiaridades das pessoas que conseguem vencer esses obstáculos são essências de sucesso.

Miner (1996) ressalta que existem quatro tipos de empreendedores que alcançam o sucesso desenvolvendo rotas e atividades distintas. Notam-se que em todos os casos os empreendedores têm características que se assemelham com as definições de empreendedorismo de Leite (1999). Devemos destacar que nem sempre os empreendedores que atingem o sucesso têm as características descritas nas literaturas, contudo, a equipe, o conjunto e a organização poderão sim, apresentar todas elas.

Ainda seguindo a visão de Miner (1999), o autor afirma que, quando identificados os vários tipos de empreendedor e fazendo com que eles trabalhem em conjunto, cada um traz um pouco de suas experiências profissionais, idéias e colocado em prática, é a certeza de uma equipe empreendedora.

Os empreendedores não são necessariamente aquelas pessoas que tem idéias, criando novos produtos. Os empreendedores são líderes e tem capacidade de criar idéias e implantá-las em qualquer lugar. E é muito complicado encontrar todas as características empreendedoras em uma só pessoa. Por isso a chave é a identificação do perfil de cada indivíduo. O trabalho em equipe é fundamental para o sucesso de uma organização. (DEGEN, 1989)

Abaixo estão descritos os quatro tipos de empreendedores que Miner (1999) estudou, são esses os perfis em destaque:

**Tipo 1 – Empreendedor Clássico:** tem ambição, está sempre em busca de suas realizações visando sempre resultados. É o indivíduo que está sempre querendo receber um *feedback* do seu desempenho. Tem iniciativa pessoal, tem o poder da liderança e organização.

**Tipo 2 – O Grande Vendedor:** se destaca em suas habilidades pelo fato de sua rede de relacionamento ser expansiva, tem facilidade em vendas por ser uma pessoa convincente. Entende as pessoas e não se importa em estar sempre ajudando. Da importância aos relacionamentos, sempre procura interagir com as

pessoas. Possui relacionamentos mais sérios com as outras pessoas, em virtude dessa característica. Acredita que o ato da venda é uma das principais portas de entradas para uma empresa se estabelecer no mercado.

**Tipo 3 – O Gerente:** esse indivíduo é capaz de fazer tudo pela empresa para manter a organização no mercado. É apto a competição e sempre busca ser o melhor em tudo que faz. É o líder da organização.

**Tipo 4 – O Criativo:** esse é conhecido como o criador de muitas idéias. É um inovador. É curioso, está sempre buscando novas idéias. Crê que novos produtos é o que mantêm a empresa no mercado. É inteligente, e usa a inteligência como vantagem. Não se arrisca.

Degen (1989) e Drucker (1997) acreditam que qualquer pessoa pode ser um empreendedor e se portar como tal. O empreendedorismo é um comportamento, e não um traço individual. E suas bases são o conceito e teoria e não intuição.

Há autores que discordam dessas afirmações sobre o empreendedorismo, Leite (1999), por exemplo, acredita que a visão é uma das características mais importante para uma pessoa empreendedora. Lembrando também que surge a intuição em virtude da visão, sempre visando antecipadamente o que pode acontecer.

### 2.3.3 Espírito Empreendedor

Chiavenato (2005) afirma que espírito empreendedor é quando o indivíduo assume risco e procura estar sempre inovando. Nem todas as pessoas têm essa característica, entretanto, essa afirmação não serve somente para o indivíduo que vai abrir um empreendimento, pois nem todo empreendedor precisa ter um negócio para ter o espírito empreendedor. Segundo o autor, para ter-se o espírito empreendedor a pessoa precisa ter necessidade de realização; disposição para assumir risco e autoconfiança. Para ele, essas três características são fundamentais para um bom empreendedor.

Já Sakar (2008) destaca que o espírito empreendedor é um caráter particular de cada pessoa, é ter o prazer de descobrir algo, na expectativa de encontrar uma novidade, é o prazer de construir algo novo, apresentando novas

oportunidades. O autor ainda afirma, que os empreendedores que ele conhece, tem vontade de iniciar algo novo, mas não somente para ganhar dinheiro, e sim satisfazer uma vontade e por meio desta criar algo que as pessoas sempre irão se lembrar. O empreendedor tem um desejo árido de inovar, criar, sente prazer de ter em mão o controle das coisas que estão acontecendo dentro das organizações. Espírito esse, que enfrenta qualquer coisa, riscos, certezas, o ego, a incerteza, tem a capacidade de ver além do que os outros olhos possam ver e está sempre aprendendo com seus erros.

Para finalizar, Chiavenato (2005) afirma que o empreendedor é o indivíduo que faz acontecer, pois tem a capacidade de identificar as oportunidades que aparecem, tem inteligência financeira, e em relação ao negócio tem sensibilidade. A partir disso, tem a competência de transformar em negócio suas idéias, visando benefício próprio e também comum. E o espírito empreendedor visa estas características.

## 2.4 PLANO DE NEGÓCIOS

Quando o assunto é empreendedorismo ou empreender algo, para que isso possa acontecer deve-se por as idéias em prática, mas antes disso precisamos ver se as mesmas têm viabilidade, podemos descobrir isso por meio de um plano de negócios. Os autores Baron e Scott (2004) asseveram que os empreendedores estão sempre acreditando em suas idéias, porém, nem sempre todos acabam comprando suas idéias, e os empreendedores ao se depararem com isso, enfrentam certas dificuldades quando se trata de recursos financeiros, ligando-se ao modo em que o empreendedor oferece sua idéia.

Para Chiavenato (2006) a definição de negócio é o esforço de uma pessoa para a produção de bens e serviços, com a finalidade de vendê-los para um determinado mercado e a recompensa desse esforço é o que chamamos de lucro para o empreendimento. Para que um negócio possa existir, faz-se necessário que a pessoa que o inicia tenha para oferecer a seus clientes e fornecedores um produto ou um serviço. É a necessidade de uma pessoa para vender e de outra pessoa para comprar.

Dornelas (2005) define o plano de negócios como um documento que é utilizado pela pessoa que está pensando em abrir um negócio para descrever o que gostaria sobre o seu novo empreendimento. A elaboração do plano de negócios não refere-se apenas para ao empreendimento, mas o empreendedor que está elaborando passa a se conhecer, ou seja, para sua elaboração é necessário ter autoconhecimento. Permite ao empreendedor que ele se situe em sua área de negócios.

Para Araújo (2009) um plano de negócios é um documento que descreve quais os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Em relação a sua estrutura, Dornelas (2005) ainda afirma que existe um padrão comum que deve ser seguido, divide-se em seções para que seu entendimento seja mais fácil. O objetivo de cada seção é explicar cada parte do

plano. O plano de negocio é diferente de empresa para empresa, mas geralmente não ultrapassam 15 páginas. O autor ainda sugere uma estrutura de um plano de negócio da seguinte forma, Dornelas (2005, p.105):

**1. Capa**

**2. Sumário**

**3. Sumário executivo estendido**

3.1 Declaração de visão

3.2 Declaração de missão

3.3 Propósitos gerais e específicos do negócio, objetivos e metas

3.4 Estratégia de marketing

3.5 Processo de produção

3.6 Equipe gerencial

3.7 Investimentos e retornos financeiros

**4. Produtos e Serviços**

4.1 Descrição dos produtos e serviços (características e benefícios)

4.2 Previsão de lançamento de novos produtos e serviços

**5. Análise da indústria**

5.1 Análise do setor

5.2 Definição do nicho de mercado

5.3 Análise da concorrência

5.4 Diferenciais competitivos

**6. Plano de marketing**

6.1 Estratégias de marketing (preço, produto, praça, promoção)

6.2 Canais de venda e distribuição

6.3 Projeção de vendas

**7. Plano operacional**

7.1 Análise das instalações

7.2 Equipamentos e máquinas necessárias

7.3 Funcionários e insumos necessários

7.4 Processo de produção

7.5 Terceirização

**8. Estrutura da empresa**

8.1 Estrutura organizacional

8.2 Assessorias externas (jurídica, contábil, etc.)

8.3 Equipe de gestão

**9. Plano financeiro**

9.1 Balanço patrimonial

9.2 Demonstrativo de resultados

### 9.3 Fluxo de caixa

Vigorena (2004) reforça que as estruturas propostas pelos autores em relação ao plano de negócios não devem utilizadas de uma forma geral, ou seja, podem ser alteradas. Pois os modelos que nos são disponibilizados devem ser usados somente como um modelo para o empreendedor possa ter uma base, sendo que o mesmo pode alterá-lo de maneira que achar conveniente.

Para finalizar, Baron e Shane (2007) comentam que o plano deve ser preparado em um formato comercial que se adéqüe ao empreendimento, deve ser objetivo e convincente. Os aspectos apresentados devem ser associados a uma idéia ponderada para que não se gaste tempo.

#### 2.4.1 Planejando o Negócio

Todo o novo negócio precisa ser planejado para que os objetivos desejados sejam alcançados. Maggionson (1985) afirma que o planejamento é a preparação para desenvolvê-lo de uns objetivos e metas que a organização pretende alcançar. Em virtude disso, o planejamento é o reconhecimento de uma necessidade de ação, ou seja, a ação deve ser investigada e desenvolvida e com base nos resultados dessa investigação tomar uma decisão.

A partir desse processo de planejamento podemos então iniciar o plano de negócios, no qual visa o futuro de um empreendimento, apresentando o produto ou serviço, como será a administração da organização de um modo que a mesma já estivesse no mercado. Com a realização do plano de negócios, a pessoa responsável pela empresa projeta-a no mercado, com isso, ela poderá ter uma visão ampla e corrigir erros futuros da estratégia adotada. (MAXIMIANO, 2006)

Quando falamos em empreendedorismo, Dornelas (2005) afirma que logo a palavra plano de negócios surge no pensamento dos administradores, pois quando estamos em fase de abertura de empresa o termo plano de negócios é fundamental. Para chegar ao foco em que deseja com seu novo empreendimento, o empreendedor deve planejar muito bem seu plano de negócios. Uma de suas principais características é o fato de ele ser considerado os primeiros passos de um

novo empreendimento. Porém, o plano de negócio não se destaca somente em “guiar” o novo empreendimento, serve também para planejamento financeiro da mesma, principalmente quando se trata de empresas inovadoras.

Araujo (2009) afirma que o plano de negocio é a ferramenta que vai ajudar o empreendedor a atingir os resultados esperados, todo o novo empreendedor espera de seu empreendimento o lucro. E para atingir os lucros esperados, assim que constrói seu empreendimento, o futuro empresário, segundo Farrah, Cavalcanti e Marcondes (2008) deve sempre frisar as questões a seguir:

- Ramo de atividade?
- O que vender? Onde estão os fornecedores, clientes?
- Quem irá comprar os serviços e ou produtos?
- Qual será a estratégia de venda que irei adotar?
- Quanto ao marketing, qual será a estratégia de marketing do novo empreendimento?
- Quanto de capital irei precisar para começar a nova empresa?
- O que irá fazer para que as atividades planejadas sejam realizadas?
- Que controles administrativos serão necessários?
- Como executá-los?
- Quando devo rever o plano de negócio?
- Onde solicitar assistência para a organização e também para o financeiro da mesma?

Sendo assim, Farrah, Cavalcanti e Marcondes (2008) asseveram que estas questões devem ser respondidas somente pelo dono do empreendimento, pois esta função refere-se somente ao futuro empreendedor, pois como a idéia do novo empreendimento foi do dono do negócio, o plano de negócio, por consequência, também é seu. Desde o começo da organização o empreendedor deve lembrar-se que aceitou assumir riscos após a abertura da mesma, pois ele deve pôr em prática as decisões estratégicas da empresa.

Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008) ainda afirmam que quando o empresário esta iniciando seu negócio, não deve enfatizar tarefas rotineiras, mas deve também pensar em suas estratégias. Para isso, devera, o quanto antes, contratar alguém que possa ficar com as tarefas de rotina da organização. Os

empresários devem saber que no processo em que está formulando um plano de negócio, embora muitas vezes esteja de maneira enfática fundamentado em sua instituição, deve ser baseado em conceitos diversos e técnicas de sistemas.

Vale lembrar que quando bem elaborado, o plano de negócio pode com o passar do tempo se tornar ultrapassado. Chiavenato (2006) declara que como as mudanças são constantes, o plano de negócio deve ser revisado. Existem diversas coisas que podem mudar o plano inicial, como os clientes, empregados e até os avanços da tecnologia, novos materiais, em virtude de todas essas mudanças, a essência do negócio pode passar por alterações na visão do mercado. Essa atualização no plano deve ser feita após as atividades do negócio se iniciarem, pois o plano é idealizado como uma ferramenta para o planejamento de um novo empreendimento, todavia, para que essa ferramenta tenha resultado, é necessário que os passos do plano sejam apresentados a toda a empresa, para que saibam o que, o porquê e como fazer para executar a idéia descrita e que a empresa cresça.

Segundo Timmons (2008), o plano de negócio tem como objetivo fornecer o aprendizado para auxiliar a visão de futuro. Com ele podemos evitar algumas possíveis frustrações, perda de tempo e perda de dinheiro. Se o futuro empreendedor obter uma visão de que para dar menos chance ao fracasso ele deve planejar bem o seu negócio, ele vai alcançar com mais facilidade o sucesso.

Dando mais ênfase a idéia de que um plano de negócio bem elaborado pode ajudar muito mais no futuro de uma organização, Megginson (1986, p.105), afirma que:

Portanto, um propósito principal do planejamento é providenciar para que os programas e constatações presentes possam ser usados para aumentar as oportunidades de serem atingidos os futuros objetivos e metas – isto é, aumentar as chances de tomar melhores decisões hoje que afetarão o desempenho de amanhã.

Logo, observa-se a grande importância que um bom plano de negócio tem para uma organização. Pois quando bem elaborado, o mesmo pode trazer benefícios futuros à nova organização.



### 2.4.2 Plano Financeiro

Segundo os autores Baron e Scott (2007) a maior dificuldade dos novos empreendedores é levantar fundos para manter seu negócio. Alguns podem até ter fundo para se manter, mais muitos procuram outros recursos. Quando questionados sobre que tipo de ajuda valida eles obtiveram durante o processo de construção da nova empresa, certamente a maioria afirma que foi na hora de obter o capital.

Para obter o capital, por exemplo, o empreendedor que está iniciando seu empreendimento, é com certeza a parte mais difícil no processo de empreender. Apesar disso, Dornelas (2005) acredita que o mais complicado não é somente isso, mas sim, fazer o negócio crescer, se manter no mercado de trabalho, sempre visando cumprir as metas estabelecidas no plano de negócio, gerar lucros, criar empregos e também atender as necessidades dos clientes.

Ainda segundo Dornelas (2005) o financeiro de uma empresa é mais difícil para um empreendedor, pois, ele se cobra em demonstrar em números todo o seu planejamento para a empresa. O plano de negócio não deve se adaptar ao financeiro, mas que seja adequado as metas e objetivos que foram traçados para o novo negócio. Neste plano financeiro é importante fazer parte um planejamento de três anos após o empreendimento ter sido constituído, para que a empresa cresça e alcance o sucesso das metas desejadas.

Dolabela (2008) afirma que no plano financeiro devem constar alguns tipos de demonstrativos de resultados para o financeiro, tais como: fluxo de caixa, balanço patrimonial, entre outros demonstrativos financeiros. Estes são importantes para que o administrador possa sempre estar ciente da situação financeira. É importante que ele sempre esteja analisando-os, pois são indispensáveis em uma empresa, já que o administrador necessita saber se ela está gerando o lucro esperado.

Atualmente no Brasil, Araujo (2009) destaca que para um novo empreendimento ter sucesso o administrador é quem deve ser capaz de administrá-lo visando o retorno esperado. O empreendedor deve saber utilizar as ferramentas financeiras de costume, para que através delas tenha informação dos resultados esperados, com isso o empresário pode avaliar seus negócios e caso precise fazer algumas correções tenha uma base de dados.

No plano financeiro é necessário que conste os lançamentos de vendas e os custos operacionais. Os custos fixos e os que possivelmente serão variáveis necessitam ser presumidos e calculados para que com isso o empreendedor possa ter a certeza de que a empresa se mantém ativa. Os cálculos devem ser feitos de uma maneira que se aproxime da realidade para que a empresa não se prejudique no futuro, pois com esses cálculos o empreendedor poderá ter uma visão melhor de sua empresa futuramente e não precisar tomar decisões erradas e precipitadas. (HISRICH; PETERS, 2004)

Vale ressaltar a importância da mente do empreendedor em relação ao fluxo de caixa. Para Hisrich e Peters (2004), essa é uma ferramenta de uso indispensável, pois é a partir dela que a empresa possa ter um bom andamento. O fluxo de caixa é um dos maiores problemas para novos empresários, pois em muitas empresas que tem lucro, elas acabam fracassam por falta de caixa. Ou seja, a partir do momento em que tem lucro em virtude do sucesso do novo empreendimento, um caixa negativo pode ser ilusório.

Segundo Dornelas (2005), no final desse processo de montagem do plano de negócio o empreendedor precisa estabelecer metas financeiras de seu empreendimento, e deve sempre estar acompanhando o cumprimento das metas por meio das ferramentas financeiras. Com demonstrações financeiras e planejamento, as metas podem ser cumpridas e se necessários redefinidas.

Logo, se pode ver o quão importante se faz um bom planejamento financeiro, com a finalidade de evitar futuros problemas financeiros em virtude desse planejamento.

#### **2.4.3 Por que devemos planejar?**

Dornelas (2005) afirma que o índice que indica a mortalidade das pequenas e micro empresas (MPE) brasileiras está entre 70% quando estas estão em seu primeiro ano de mercado. Isso não acontece somente no Brasil, nos Estados Unidos, por exemplo, o índice é bastante elevado, daí vem o interesse de empresários e universidades debaterem esse assunto da mortalidade precoce de novas empresas. A partir deste princípio, surge uma questão: por que existe esse

alto número de pequenas empresas fechando? O SEBRAE-SP realizou uma pesquisa com empresas que foram abertas de 1998 à 2002, divulgada no ano de 2003, que revela em primeiro lugar, que o principal motivo da mortalidade das MPes são a falta do planejamento da empresa. Logo em seguida vem à deficiência das ferramentas de gestão, ou seja, sem fluxo de caixa controlado, vendas, desenvolvimento dos produtos.

Quando se analisa os dados que a pesquisa demonstra, Dornelas (2005), afirma que os fatores externos não são dos melhores, como no caso das políticas de apoio. Existem duas causas principais que causam a falência: falta de planejamento e gerenciamento do negócio. Essas causas podem ser evitadas se o empreendedor antes de abrir seu empreendimento tenha feito um bom plano de negócio.

Dando ênfase na importância de um plano de negócio bem pensado, Dornelas (2005), comenta que as chances são de 60% para que um novo empreendimento dar certo quando bem elaborado o plano, e destaca a utilidade do mesmo para o empreendedor:

- a) Entender como funciona o seu negócio e a partir daí estabeleça diretrizes;
- b) Gerenciar de uma maneira mais eficiente e evitar tomar decisões precipitadas;
- c) Ter um monitoramento de como anda a empresa no dia-a-dia e se necessário corrigir os erros imediatamente;
- d) Fácil acesso a financiamentos e também mais recursos junto aos bancos, governo, SEBRAE, investidores etc.;
- e) Transformar as oportunidades identificadas em diferencial competitivo;
- f) Criar uma comunicação mais simples com os funcionários da empresa.

O planejamento certamente trará resultado melhores para o novo empreendedor, pois o mesmo não deve sempre contar com a sorte, ele até pode ter a dita sorte, mas será arriscado perder tudo caso a empresa não tenha um planejamento apropriado (DOLABELA, 2005).

Sakar (2008) destaca outro ponto importante, no caso das pessoas que possuem grandes idéias, mas quando repassam para o papel não conseguem organizá-las de forma que possa parecer um plano de negócios. Se o empreendedor

organiza seu o projeto que será executado de uma maneira que seja estruturada, suas idéias serão vendidas mais facilmente. O empreendedor que organiza seus negócios, suas idéias, passa mais credibilidade a seus fornecedores, clientes e principalmente os devedores caso seja necessário, pois logo o mesmo terá grandes chances de conseguir crédito fácil por demonstrar preocupação com todos os pontos importantes de sua empresa.

## **2.5 LEGISLAÇÃO DAS EMPRESAS**

Segundo Melchor (2009) por um longo tempo foi comentado no congresso Nacional uma lei que ainda estava sendo estudada sobre “pré-empresa”. Essa lei se tratava de uma iniciativa que dava mais atenção as pessoas que exerciam algum tipo de atividade econômica e não estavam devidamente regularizadas, mesmo que está não tivesse uma estrutura ou um órgão empresarial.

O Código Civil de 2002 cita em seus artigos 970 e 1.179, § 2º mencionou o termo “pequeno empresário” que, apesar de ainda não ter sido definido, visava proteção jurídica para essas pessoas que estavam trabalhando na informalidade, ou seja, que se encontram sem legislação e não são reconhecidos como profissionais cidadãos.

Em dezembro de 2006, uma Lei Geral surgiu para a melhoria do profissional que é considerado informal. A Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008 o “pequeno empresário” passou a ser considerado o “Microempreendedor Individual - MEI”, que passou a ter um tratamento diferente. Logo, quando nos referimos ao “pequeno empresário” estamos falando também do “Microempreendedor Individual”.

De um modo geral essa Lei Complementar nº 128 refere-se ao profissional informal, ou seja, os empreendedores individuais, que tenham uma receita bruta anual de até 36 mil reais, quando o mesmo está em fase de formalização.

Continuando essa afirmação, Melchor (2009) garante que com a regularização do Microempreendedor Individual abre chance para essas pessoas que estavam trabalhando na informalidade, formalizarem seus negócios. Com isso,

nosso país começa a dar mais oportunidades a essa multidão de empreendedores individuais, que agora são reconhecidos de maneira legal, tendo direitos e sendo tratados como pessoas com fundamentos em uma justiça mais social.

### 2.5.1 Tipos de empresas

Segundo Ribeiro (2009), para começar um negócio, o interessado pode abrir um estabelecimento nas seguintes formas:

<p style="text-align: center;"><b>Empresário</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quando para abrir uma empresa o interessado seja somente ele, sem sócios, esse tem a obrigação de exercer profissionalmente atividades consideradas econômicas em sua organização, para poder haver a circulação de bens ou serviços prestados. Artigo 966.</li> </ul>
--	---

Quadro 1: Empresário

Fonte: Adaptado à Ribeiro (2009, p. 21)

**Sociedade Empresária:** esta sociedade só é válida quando a empresa tiver dois ou mais sócios. Caso este seja o objetivo do empresário, a empresa passa a ser um dos tipos citados a seguir:

<p style="text-align: center;"><b>Sociedade Limitada</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É uma das sociedades mais comuns, geralmente adotada por pequenas empresas. A responsabilidade é dos sócios (essa responsabilidade se restringe em virtude dos valores das quotas) mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, essa sociedade permite administração de pessoas não sócias.</li> <li>• De acordo com o Código Civil, art. 1.060, essa sociedade é administrada por uma ou mais pessoas, essas são designadas por meio de um contrato social ou em ato separado. As atividades que são desenvolvidas por essa empresa estão designadas a produção e a circulação de bens e serviços da mesma.</li> <li>• Ainda conforme o Código Civil, a sociedade limitada é descrita nas disposições dos artigos 1.052 a 1086. Com o Código Civil atualizado, a Sociedade Limitada se tornou mais profissional, com mais possibilidade em relação ao profissional de administração, onde se promove o sócio como administrador. A sociedade deve trabalhar de forma ética com o comprometimento dos objetivos sociais que lhe foram instituídos. Os administradores devem agir de acordo com as regras que foram descritas em seu contrato social e na legislação.</li> <li>• As decisões dessa sociedade, não devem ser tomadas somente pelas pessoas que administram. Decisões estas que são denominadas deliberações, são tomadas por sócios, administradores dessa sociedade.</li> </ul>
--	--

Quadro 2: Sociedade Limitada

Fonte: Adaptado à Ribeiro (2009, p. 21)

<p style="text-align: center;"><b>Sociedade em Nome Coletivo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conforme o artigo 1039 essa sociedade constitui-se por pessoas físicas, nesta os sócios são responsáveis por responder pela empresa solidariamente e ilimitadamente pelas obrigações sociais. Não há desigualdade com relação aos sócios.</li> <li>• Nessa sociedade podem-se exercer atividades econômicas, comerciais e até mesmo civis, os sócios dessa são pessoas físicas, <i>podendo ou não ser empresário individual</i>, esses são os representantes solidários que respondem pelas obrigações sociais da empresa.</li> <li>• Conforme o Art. 1042 do Código Civil, a administração dessa sociedade é de responsabilidade exclusiva dos sócios.</li> </ul>
--	---

Quadro 3: Sociedade em Nome Coletivo  
Fonte: Adaptado à Ribeiro (2009, p. 21)

<p style="text-align: center;"><b>Sociedade Simples</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De acordo com Art. 997 do CC essa sociedade se forma a partir de um contrato escrito, sendo ela particular ou publico além das cláusulas estipuladas pelos sócios. É construída por pessoas que, mutuamente, se sentem na obrigação de contribuir com alguns bens ou serviços, para exercer atividades econômicas e partilharem entre si, os resultados, não se beneficiando somente como empresário.</li> <li>• Essas sociedades têm formação de profissionais intelectuais, com características e gêneros em comum e de natureza científica artística ou literária, em espécie e condições, mesmo se esta conta com auxiliares e ou colaboradores, isso se a profissão em exercício constitui em elemento de empresa. Fundamentação Legal: (art. 981, 982 e § único do art. 966 – Lei nº 10 406/2002).</li> </ul>
---	--

Quadro 4: Sociedade Simples  
Fonte: Adaptado à Ribeiro (2009, p. 22)

<p style="text-align: center;"><b>Sociedade Anônima</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Sociedade Anônima, também pode ser chamada de companhia, o capital é dividido em ações, o preço de emissão das ações subscritas e adquiridas, são de responsabilidade dos sócios ou acionistas dessa sociedade.</li> <li>• A diferença dessa sociedade para as outras é que nenhum dos sócios é vinculado ao outro, ou seja, cada um responde de maneira individual. Por esse motivo são sociedades consideradas institucionais ou normativas.</li> <li>• Essa modalidade de sociedade empresaria pode ser aberta ou fechada.</li> </ul>
---	---

Quadro 5: Sociedade Anônima

Fonte: Adaptado à Ribeiro (2009, p. 22)

<p style="text-align: center;"><b>Sociedade em Comandita Simples</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É formada por dois tipos de sócios comanditados: pessoas físicas que são responsáveis solidariamente e ilimitadamente pelas obrigações sociais da empresa; e os sócios comanditários podem ser pessoas físicas ou jurídicas respondendo somente ao valor de sua quota.</li> <li>• Sócio Comanditado é responsável pela administração da sociedade, seus ativos são de sua responsabilidade e em virtude disso respondem pelas obrigações sociais de forma solidária e ilimitada.</li> <li>• Sócio Comanditário está sempre investindo em prol da sociedade, cabe a este responder limitadamente pelo numero de suas cotas, porém este não pode exercer a sua administração.</li> </ul>
--	---

Quadro 6: Sociedade em Comandita Simples

Fonte: Adaptado à Ribeiro (2009, p. 22)



<p><b>Sociedade em Comandita por Ações</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conforme o artigo 1090 do Código Civil, O capital desse tipo de sociedade se divide em ações, sendo regido de maneira relativa pelas normas também competentes a uma sociedade anônima.</li> <li>• Os acionistas diretores tem competência para a administração dessa sociedade, e por ser considerado o administrador responde pelas obrigações da mesma de maneira ilimitada. Art. 1091.</li> <li>• Outrossim, os outros acionistas respondem pelo valor das ações subscritas e adquiridas.</li> </ul>
--	---

Quadro 7: Sociedade em Comandita por Ações

Fonte: Adaptado à Ribeiro (2009, p. 22)

Ainda para Ribeiro (2009), quando o indivíduo está interessado em montar um empreendimento sozinho, ele deve se registrar como “empresário”. Caso opte por um empreendimento com sócios, os mesmos devem montar uma “sociedade empresaria”, compartilhando os riscos de um novo negócio. Neste caso, o tipo de sociedade mais comum, para as pequenas empresas é a “sociedade limitada”, essa sociedade se limita ao valor das quotas de cada sócio, sendo de constituição mais simples.

Greco et al (2008) e Souza (2001), afirma que a atividade econômica de uma empresa deve ser organizada de forma produtiva individualmente ou de forma coletiva, o objetivo é sempre o da partilha de resultados. Quando a opção da empresa for “empresário” o patrimônio particular da pessoa se confunde com o patrimônio da empresa.

Cada sócio é responsável pelo valor de suas quotas restritamente, desde que esse valor esteja integrado ao capital da empresa, mas todos os sócios respondem de forma solidaria pela integralização do capital social. Fund. Legal: (art. 1.052- Lei nº 10.406/2002).

### 2.5.2 Empreendedor Individual

Malheiros, Ferla e Cunha (2005) afirmam que nos tempos atuais, a atividade econômica que envolve pessoa física, se tornou mais explorada e procurada. A pessoa física, no caso, o empresário tem direito a um registro na junta comercial e nos cadastros dos contribuintes e passa a ser o empresário individual. De maneira jurídica, as quais são dedicadas às atividades econômicas que não possuem grandes dimensões, o empresário individual é inteiramente responsável, ou seja, de maneira ilimitada o responsável, já que não possui sócios, responde com seus bens pessoais pelas atividades econômicas praticadas pela sua empresa.

Ainda conceituando Malheiros, Ferla e Cunha (2005), o empresário individual é aquela pessoa que profissionalmente, exerce, de forma habitual atividades designadas a empresa, com intuito de ter lucro e usa nome próprio.

A grande maioria das avaliações feitas para avaliar o desempenho de um empreendedor, surge de um erro que é considerado capital, esse erro compromete os resultados esperados: a avaliação analisa o indivíduo, seu potencial, mas não vincula a idéia. Se a pessoa não possui uma idéia está faltando uma das principais qualidades de um empreendedor. (FILION, 1999)

Para Dolabela (2003), o empreendedor é definido por um elemento e este é definido como sonho ou idéia isso em virtude da capacidade do mesmo e da vontade que o individuo tem em fazer de seu negócio um empreendimento de sucesso.

Logo, para Filion (2000), devemos analisar o conjunto individuo/idéia, e com isso, observar a relação entre estes. Essa semelhança entre indivíduo e sua idéia, é um dos fatores mais críticos quando o assunto é empreendedorismo como um princípio de vida ecológica.

Porém, existem outras relações não menos importantes. Para que possamos passar a percebê-las, precisamos voltar à concepção de Timmons (1994), para ele o empreendedor deve sempre, identificar as oportunidades, agarrá-las e aproveitá-las como mostra o quadro 1:

<b>Identificar a oportunidade:</b>	Capacidade de constatar uma necessidade no ambiente (mercado, empresa, carreira etc., pois o empreendedor pode agir em qualquer inserção);
<b>Agarrar a oportunidade:</b>	Capacidade de criar um novo produto, processo, modo de organização para atender à necessidade identificada;
<b>Aproveitar a oportunidade:</b>	Capacidade de buscar recursos e competência para realizar o empreendedorismo (se for um produto, por exemplo, criar uma fábrica, comunicar o produto, vendê-lo e prestar serviço ao cliente de forma a alcançar retornos satisfatórios.

Quadro 8: Identificar as oportunidades

Fonte: Timmons, 1994.

Continuando, Dolabela (2002) afirma que não basta ter somente uma idéia boa – coisa comum, pois a maioria das pessoas é capaz de ter uma boa idéia – ; mas é necessário saber como reconhecer se a mesma tem um potencial, se fará sucesso, se nela há certamente uma oportunidade.

Após essa afirmação de Dolabela (2002, p.62), o autor ainda assegura que é preciso de que nos testes de empreendedorismo exista três relações que são promovidas pelo ato do empreender:

- Relação entre pessoas e sua idéia;
- Relação entre a idéia e o meio em que será implementada, que tem como ferramenta o Plano de Negócios;
- Relação entre o empreendedor e o empreendimento (implementação e gestão).

Seguindo este breve conceito do indivíduo empreendedor, suas características e dando continuidade ao empreendedor individual, Araujo (2009) comenta que desde o dia 1º de julho de 2009, as manicures, costureiras, carpinteiros, pipoqueiros, fotógrafos, vendedores ambulantes e entre outras pessoas que por ano faturam até R\$ 36.000,00/ano, passaram a ser reconhecidos de modo formal como empreendedores. São eles os empreendedores individuais, essa figura que teve iniciativa depois da aprovação da Lei Complementar nº 128/2008. A partir dessa Lei Complementar, os empreendedores pagarão menos impostos, terão oportunidade de ter crédito em bancos públicos e aos benefícios de direito dos empreendedores da Previdência Social, como por exemplo, a aposentadoria.

A Lei Complementar nº 128/2008 responsável pela criação do Microempreendedor Individual (MEI) o conceituou da seguinte forma “Art. 18 – A (inserido no texto da LC n. 123/2006 pela LC n. 128/2008) parágrafo 1º Para os

efeitos desta lei, considera-se MEI o Empresário Individual a que se refere o art. 966 da Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, que tenha auferido receita bruta, no ano calendário anterior, de até R\$ 36.000,00 (trinta e seis mil reais), optante pelo Simples Nacional e que não esteja impedindo de optar pela sistemática prevista neste artigo”.

Observa-se, a Lei Complementar nº 128/2008 seguiu o conceito do art. 966 do Código Civil Brasileiro em relação ao empresário, e o definiu como Empreendedor Individual. Sempre lembrando que vale considerar que o Empreendedor Individual deve ter renda bruta anual de até R\$ 36.000,00 e ser registrado na Junta Comercial, o mesmo segue as normas civis do art. 970 do Código Civil, esse artigo fala do pequeno empresário, o que o Empreendedor Individual não deixa de ser. (FERREIRA, 2009)

Ainda para Ferreira (2009) para ter o direito do tratamento tributário que se refere ao art 18 da Lei Complementar nº 123/2006, o pequeno empresário deve ter condições de optar pelo Simples Nacional e, também ficar atento a algumas restrições para se tornar um empreendedor individual. Logo, o enquadramento como empreendedor individual, somente será aceito se:

1. Auferir a receita bruta de até R\$ 36.000,00, ou limite proporcional no ano de início das atividades;
2. Optar pelo Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresa de Pequeno Porte – Simples Nacional, e
3. Não estiver impedido de se enquadrar como empreendedor individual, conforme as restrições impostas pelo art. 18-A da LC n. 123/2006.

### 2.6.3 Tratamento Tributário

Conforme o art. 18-A da LC n. 123/2006, o Empreendedor Individual pagará a Contribuição Previdenciária Individual e ao ICMS ou o ISS, dependendo da sua atividade econômica. Esses tributos terão um valor mensal fixo, independente dos volumes das receitas apuradas de correspondente de cada mês, e será recolhido por meio de DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional).

A incidência do ICMS ou ISS será identificada quando o primeiro documento for gerado, este documento tem que ser correspondente ao enquadramento do Empreendedor Individual (início de atividades) ou a partir do primeiro mês de cada ano, a partir do ano de 2010, dependendo do caso.

Quadro 9: Atividades valores e tributos das atividades econômicas dos empreendedores individuais.

ATIVIDADE ECONÔMICA DO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL	RECOLHIMENTO FIXO MENSAL	TRIBUTOS INCLUÍDOS
Comércio	R\$ 52,15	ICMS: R\$ 1,00
Indústria		Contribuição Previdenciária Individual: R\$ 51,15
Prestação de Serviços	R\$ 56,15	ISS: R\$ 5,00
		Contribuição Previdenciária Individual: R\$ 51,15

Quadro 9: Atividades econômicas M.E.I  
Fonte: SEBRAE, 2009

O Empreendedor Individual terá uma Contribuição Previdenciária Individual (INSS) correspondente a 11% do valor do salário mínimo de contribuição vigente, nos dias de hoje correspondente a R\$ 545,00 (quinhentos e quarenta e cinco reais). O valor que será pago a Previdência Social será reajustado, de acordo com a forma que é prevista conforme a lei ordinária, na mesma data que é reajustado o benefício previdenciário. (FERREIRA, 2009)

O autor ainda afirma que o valor a ser computado será somente para fins de aposentadoria do empreendedor, tendo garantia de um salário mensal quando aposentado. Caso o contribuinte, no caso o empreendedor individual, tem um recolhimento de 11% em cima do salário mínimo, o mesmo terá direito a aposentadoria por idade, a partir dos:

- a) Atividade rural: 55 anos (mulher) ou 60 anos (homem);
- b) Atividade urbana: 60 anos (mulher) ou 65 anos (homem).

Ferreira (2009) afirma que se o empreendedor complementar o recolhimento com mais 9% do salário mínimo (R\$ 49,05), o Empreendedor Individual terá direito de se aposentar por tempo de contribuição ou por contagem recíproca do tempo de contribuição das atividades privadas e públicas. Neste caso, o empreendedor deve comprovar 35 anos (homem) e 30 anos (mulheres) de contribuição para a solicitação para a aposentadoria.

Ainda enquanto o empreendedor estiver contribuindo, ele terá direito a todos os benefícios que são fornecidos pela Previdência Social, como aposentadoria especial ou por invalidez e aos auxílios doenças, reclusões, de acidentes e de maternidades. (FERREIRA, 2009)

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão descritos os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa e que caminhos o mesmo deve adotar, para que corra dentro das exigências normativas, deixando em evidência o tipo de pesquisa utilizada e para finalizar, a interpretação dos dados que foram obtidos.

De acordo com Cervo e Bervian (2004), metodologia científica é o estudo do conhecer, ir atrás do conhecimento desejado. É a maneira de se estudar para alcançar a natureza de um determinado problema, tanto para explicar o problema ou estudar o mesmo. Entende-se que o método científico é o conjunto de processos orientados por uma capacidade crítica e criadora que é voltada para a descoberta da realidade da ciência de hoje em dia. A pesquisa é compor seu mais importante instrumento ou meio de acesso.

Para Lakatos e Marconi (1991), a caracterização do método se da como uma abordagem ampla, em grande nível em relação aos fenômenos da natureza e da sociedade. Para isso, método se define, de certo modo, como resultado, seja um fazer, agir, conhecer, enfim, alcançar o objetivo que foi previamente projetado. Método é a ordem dos elementos de um processo para atingir um fim. (Descartes, 1999)

Segundo Dalarosa (1998), não seria correto afirmar que em metodologia da ciência, pois, a metodologia não tem uma ciência e sim a ciência que ao ser construída necessita de uma metodologia, sendo que no quadro geral da ciência, metodologia é uma “mata-ciência”, ou seja, um estudo que tem como objetivo a própria ciência e as técnicas explícitas de cada ciência.

Para Barros e Lehfeld (2000) a metodologia está sempre buscando uma maneira para encontrar as soluções da pesquisa, integrando o conhecimento dos procedimentos que estão em vigor nas mais diversas disciplinas científicas e filosóficas. E analisando a importância que tem a disciplina de metodologia científica, apresenta-se os resultados dos estudos da pesquisa mostrando o quanto estuda-se e aprende-se com a mesma. Para os autores, o importante é o conhecimento que será adquirido quando estudados para o trabalho científico realizado.

### **3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA**

Segundo Barros e Lehfeld (2000, p. 67) “pesquisar significa realizar empreendimentos para descobrir, para conhecer algo”.

Para Andrade (2007), a pesquisa é feita a partir de questionamentos e ir a fundo, com o propósito de descobrir os objetos colocados em estudo. Falando em objetos colocados em estudo, as pesquisas podem ser classificadas em bibliográfica, laboratorial e de campo. Já aos objetivos, podem ser divididos em três grandes grupos: exploratória, descritiva e explicativa.

#### **3.1.1 Pesquisa Bibliográfica**

Pesquisa bibliográfica para Ciribelli (2003) é aquela que se baseia em documentos e livros, ou seja, em fontes que se denominam primárias ou secundárias e que geralmente são encontradas em bibliotecas, museus, arquivos etc. A pesquisa bibliográfica é um meio de desenvolvimento por excelência que vem sendo bastante utilizada em áreas como ciências humanas e áreas do conhecimento científico.

Segundo Carvalho (2008) a pesquisa bibliográfica tem sentindo amplo, geralmente estamos à procura daquilo que não sabe e se pretende pesquisar/conhecer. A consulta pode ser feita em livros, revistas, documentos, questionários, entre outras.

Ainda para Carvalho (2008, p. 100) “a pesquisa bibliográfica é a atividade de localização e consulta de fontes diversas e informações escritas, para coletar dados gerais ou específicos a respeito de determinado tema”.

Para finalizar Marconi e Lakatos (2003), comentam que a pesquisa quando se faz bibliográfica proporciona diversas maneiras de conhecer áreas onde os problemas trabalhados não foram suficientemente cristalizados, permitindo assim, que o pesquisador analise o tema com um novo foco, obtendo conclusões novas. Sendo assim, essa pesquisa não se torna repetitiva, ou seja, será algo que nunca foi estudado.



A pesquisa será realizada individualmente, com um roteiro semi-estruturando, sendo feita uma análise de conteúdo.

### **3.1.2 Pesquisa Descritiva**

Na pesquisa descritiva Rampazzo (2005, p. 53) “observa, registra, analisa e correlaciona os fatos ou fenômenos (variáveis), sem manipulá-los; estuda fatos e fenômenos do mundo físico e, especialmente, do mundo humano, sem a interferência do pesquisador”. Em geral a pesquisa descritiva procura estudar os fenômenos sem alteração do pesquisador, que procura estudar a natureza, causas, características e frequência dos fenômenos (BARROS; LEHFELD, 2000).

Ainda para Rampazzo (2005) a pesquisa descritiva procura, descobrir com que frequência os fenômenos acontecem, sua afinidade e dependência com outros, suas características e naturezas. Busca ir atrás de diversas situações e semelhança com que acontece na vida social, política e econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto em um indivíduo isolado ou em sociedade mais complexas.

Em relação ao estudo será utilizado o método descritivo, pois tem como objetivo estudar a opinião do empreendedor individual em relação a essa nova modalidade de empreendedorismo.

### **3.1.3 Técnica de Análise Quantitativa**

Lakatos e Markoni (2002) afirmam que a abordagem quantitativa é utilizada para explicar a pesquisa por meios metodológicos e faz um comparativo numérico entre si. Para Oliveira (1999), o método quantitativo tem bastante utilidade no desenvolvimento das pesquisas descritivas, pois estas procuram descobrir e classificar a relação entre as variáveis, como também nas investigações das relações de causalidades entre fenômenos: causa e efeito.

Logo, é um procedimento que estabelece qualificar de diversas maneiras a importância da coleta de informações, sempre em busca da ampliação da pesquisa de um modo de analisar as necessidades dos resultados.

#### **3.1.4 Técnica de Análise Qualitativa**

Na abordagem qualitativa pode haver a interrupção do pesquisador e de suas informações, com isso pode conter definições do autor ou do sujeito que está sendo analisado (GIL, 1999).

As pesquisas que utilizam a abordagem qualitativa têm a facilidade de descrever o que está confuso em uma determinada hipótese ou em um problema, analisando a interação de certas variáveis. Visa em buscar de uma classificação de processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permite que em maior grau de profundidade a interpretação das características dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos (OLIVEIRA, 1999).

Há diversos tipos de variáveis na abordagem qualitativa, sempre se procura analisar detalhadamente todos os problemas e soluções que existem para o mesmo.

### **3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E POPULAÇÃO ALVO DO ESTUDO**

Vianna (2001, p. 161) diz que “a população é composta pelo conjunto de fenômenos, indivíduos, ou situação que apresentam as características definidas para ser objeto de investigação.” Para ele, na pesquisa quantitativa, a população deve ser considerável e estatisticamente determinada. Já nas pesquisas qualitativas o mais importante é a qualidade da informação que também deve ser inserida no texto da pesquisa.

Ainda para Vianna (2001, p. 161) “a amostra representa parte considerada significativa da população selecionada para o estudo pretendido, de acordo com o projeto de pesquisa”.

Para realizar está pesquisa, a pesquisadora escolheu o município de Urussanga – SC, por ser uma cidade que possui 13 Empreendedores Individuais cadastrados e por ter acesso fácil às informações. A realização da pesquisa será no mês de Abril de 2011.

### **3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS**

A coleta de dados deve ser caráter científico e de forma que facilite a análise e o tratamento das informações, no qual deve ser previamente testado, aplicando-os em pesquisa amostra significativa e, só então, utilizaremos na população escolhida (VIANNA, 2001).

Será uma pesquisa com dados primários, que significa ser todos aqueles dados que são coletados diretamente em uma pesquisa de campo. Será aplicada em forma de Censo, pois a pesquisa será aplicada com a população alvo de estudo.

### **3.4 INSTRUMENTO DE PESQUISA**

Para Marconi e Lakatos (2002), questionário é um instrumento de coleta de dados, construído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito com ou sem a presença do pesquisador.

Será aplicado um questionário com perguntas abertas e fechadas, a seguir uma previa do questionário que será aplicado.

## **4 ANÁLISE DA PESQUISA**

Segue abaixo o resultado da pesquisa aplicada por meio de questionários com perguntas abertas e fechadas aos Microempreendedores Individuais do Município de Urussanga – SC. Os mesmos foram selecionados em virtude do fácil acesso às informações de cadastro, sendo que, os dados coletados serão apresentados em forma de gráficos e tabelas para melhor visualização dos resultados.

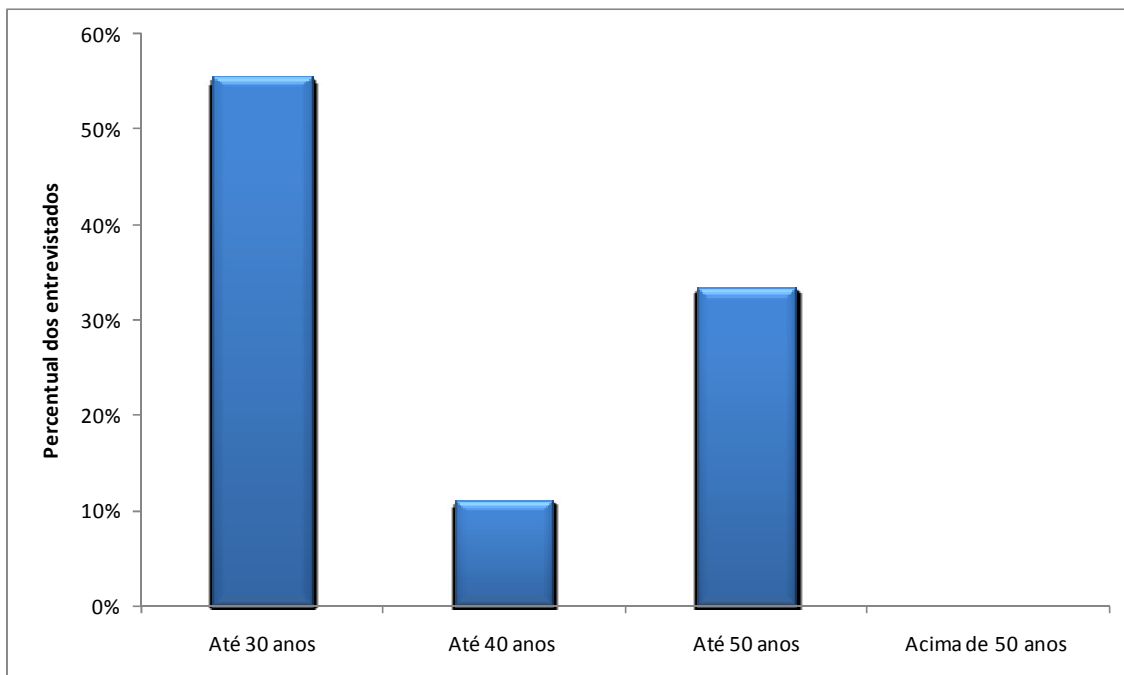
### **4.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR**

Foi realizada uma pesquisa para identificar o perfil dos Microempreendedores Individuais do Município de Urussanga – SC. Abaixo segue questionário sobre a faixa etária dos mesmos.

**Tabela 1 – Faixa etária**

<b>Variável</b>	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Até 30 anos	5	56%
Até 40 anos	1	11%
Até 50 anos	3	33%
Acima de 50 anos	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Dados da Pesquisa

**Figura 1: Faixa etária**

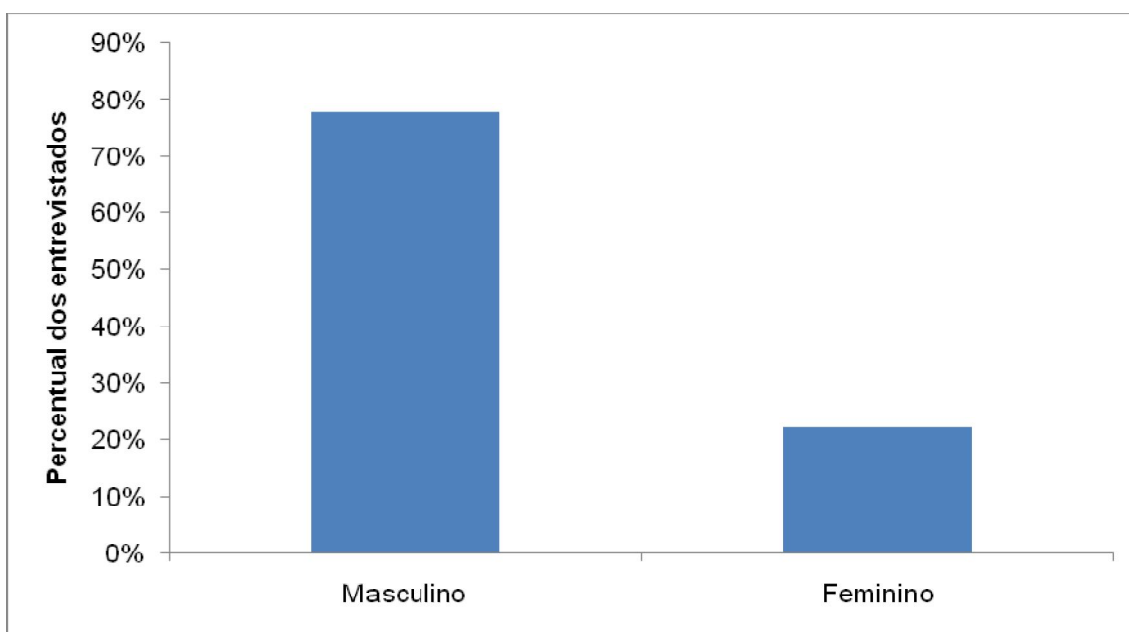
**Fonte:** Dados da pesquisa

Observa-se na tabela acima que 56% dos entrevistados tem idade igual ou inferior a 30 anos, 11% dos entrevistados têm entre 31 e 40 anos, já 33% tem idade entre 41 e 50 anos. Também observou-se que nenhum deles era de idade superior a 50 anos. A seguir segue questionário sobre o sexo dos entrevistados.

**Tabela 2 – Sexo**

Variável	Quantidade	(%)
Masculino	7	78%
Feminino	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados da pesquisa

**Figura 2: Sexo**

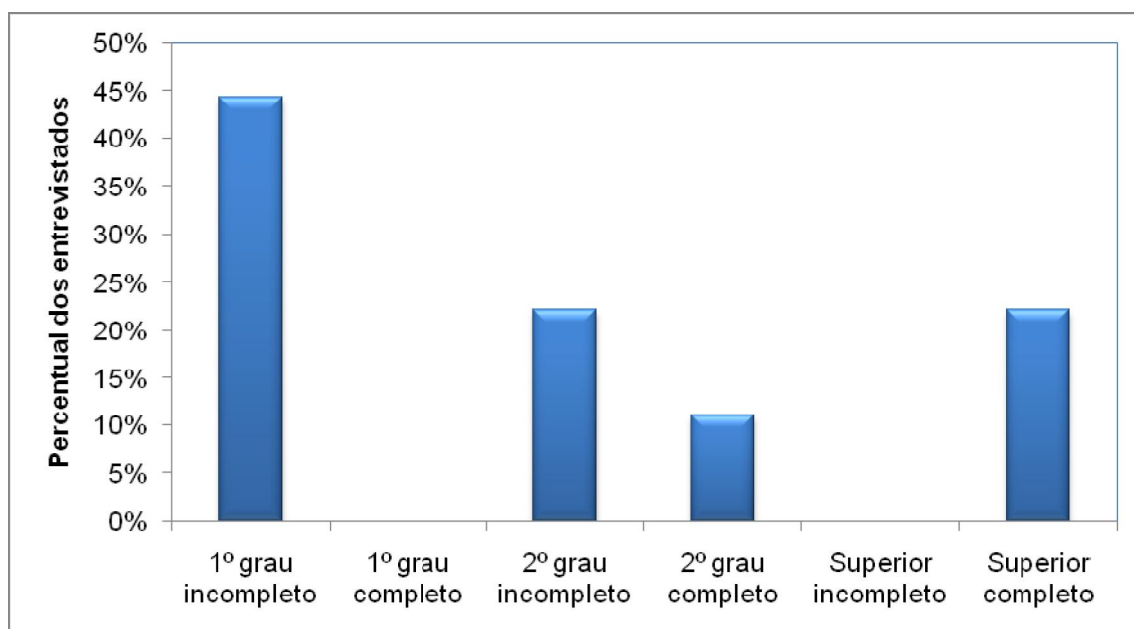
Fonte: Dados da pesquisa

O resultado da pesquisa indica que 78% dos entrevistados são do sexo masculino e 22% do sexo feminino, identificando como perfil sobressalente do Microempreendedor Individual o masculino. A seguir questionário aplicado sobre a escolaridade dos mesmos.

**Tabela 3 – Escolaridade**

<b>Variável</b>	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Somente lê e escreve	0	0%
1º grau incompleto	4	44%
1º grau completo	0	0%
2º grau incompleto	2	22%
2º grau completo	1	11%
Superior incompleto	0	0%
Superior completo	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa

**Figura 3:** Escolaridade

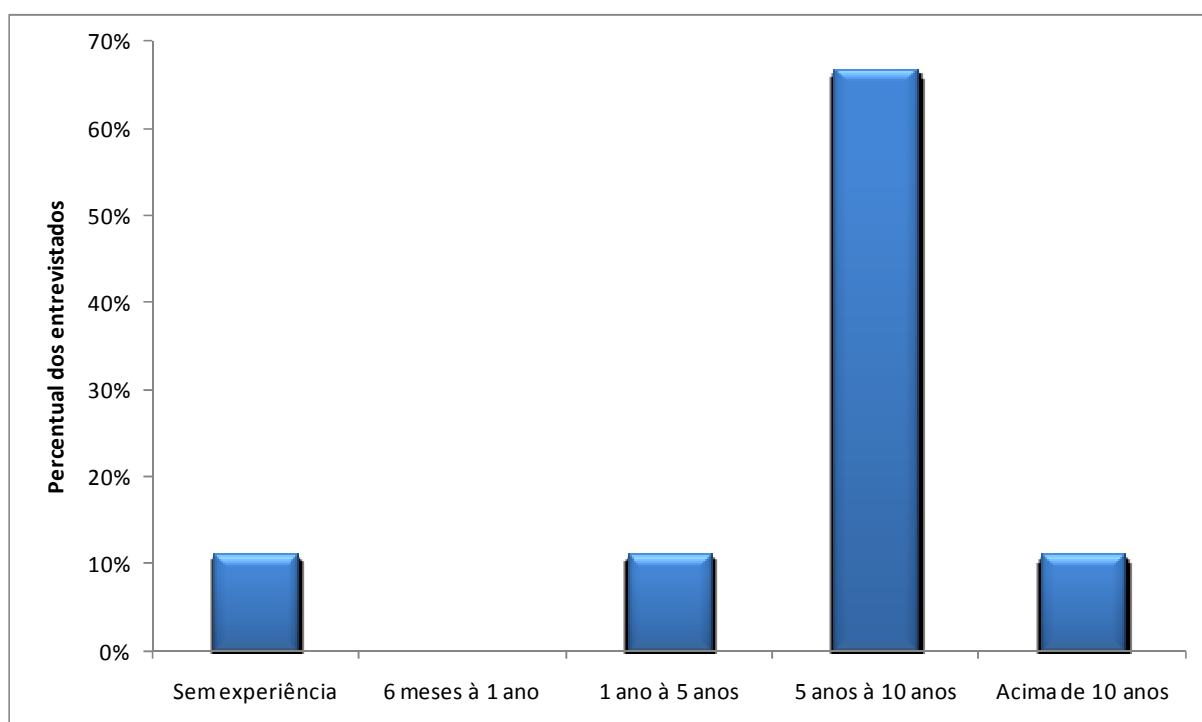
**Fonte:** Dados da pesquisa

Em relação a escolaridade dos Microempreendedores Individuais, observa-se que 44% possuem apenas o 1ª grau incompleto, 22% possuem o 2º grau incompleto, 11% deles finalizaram o 2º grau, e 22% concluíram o ensino superior, salientando que a maioria deste empreendedores não possuem 1º grau incompleto. Segue abaixo questionário aplicado sobre a experiência dos mesmos.

**Tabela 4** - Antes de abrir sua empresa, trabalhou como funcionário? Quanto tempo?

<b>Variável</b>	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Sem experiência	1	11%
6 meses à 1 ano	0	0%
1 ano à 5 anos	1	11%
5 anos à 10 anos	6	67%
Acima de 10 anos	1	11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa

**Figura 4:** Experiência na área de atuação

**Fonte:** Dados da pesquisa

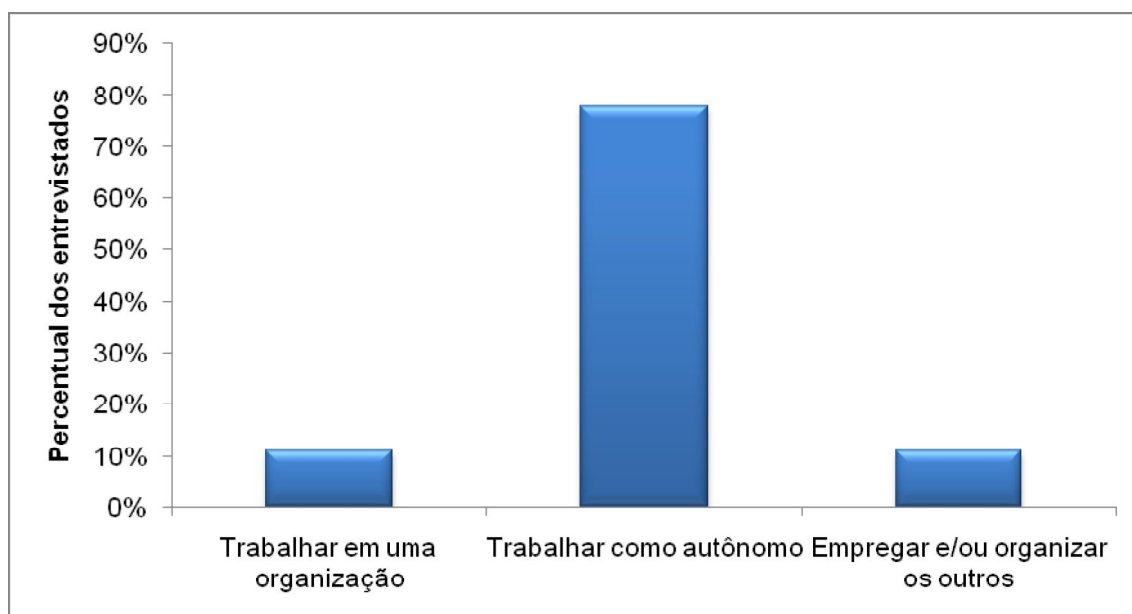
Diante o questionário acima, percebe-se que 11% dos entrevistados não tem experiência, 11% tem entre 1 e 5 anos, 67% tem entre 5 a 10 anos e 11% tem experiência acima dos 10 anos, demonstrado que a maioria possui experiência entre 5 e 10 anos. Segue informações do tipo de profissional que cada um gostaria de ser.



**Tabela 5** - Em relação ao tipo de profissional, você gostaria de ser?

Variável	Quantidade	(%)
Trabalhar em uma organização	1	11%
Trabalhar como autônomo	7	78%
Empregar e/ou organizar os outros	1	11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa

**Figura 5:** Em relação ao profissional

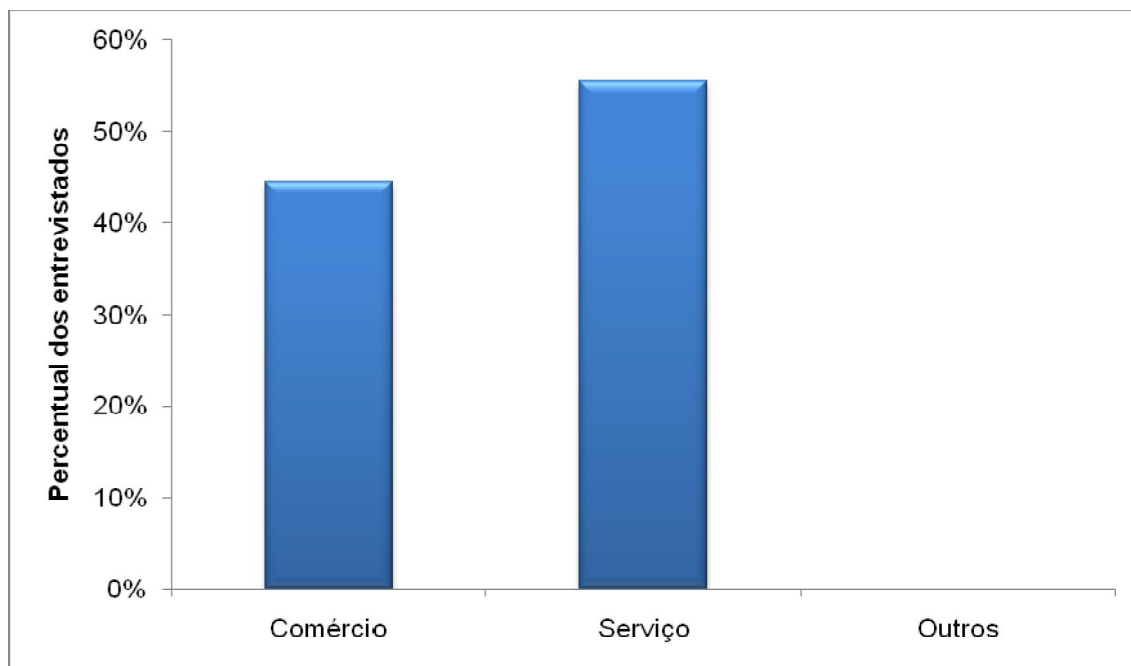
**Fonte:** Dados da pesquisa

Com a pesquisa acima, nota-se que 11% dos entrevistados gostariam de trabalhar em uma organização, 88% anseiam em trabalhar como autônomos e 11% de empregar e/ ou organizar os outros, salientando o desejo da maioria de serem autônomos. A seguir, destaca-se o setor de atuação da empresa.

**Tabela 6** - Qual o setor de atuação de sua empresa?

Variável	Quantidade	(%)
Comércio	4	44%
Serviço	5	56%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados da pesquisa

**Figura 6:** Atuação da empresa

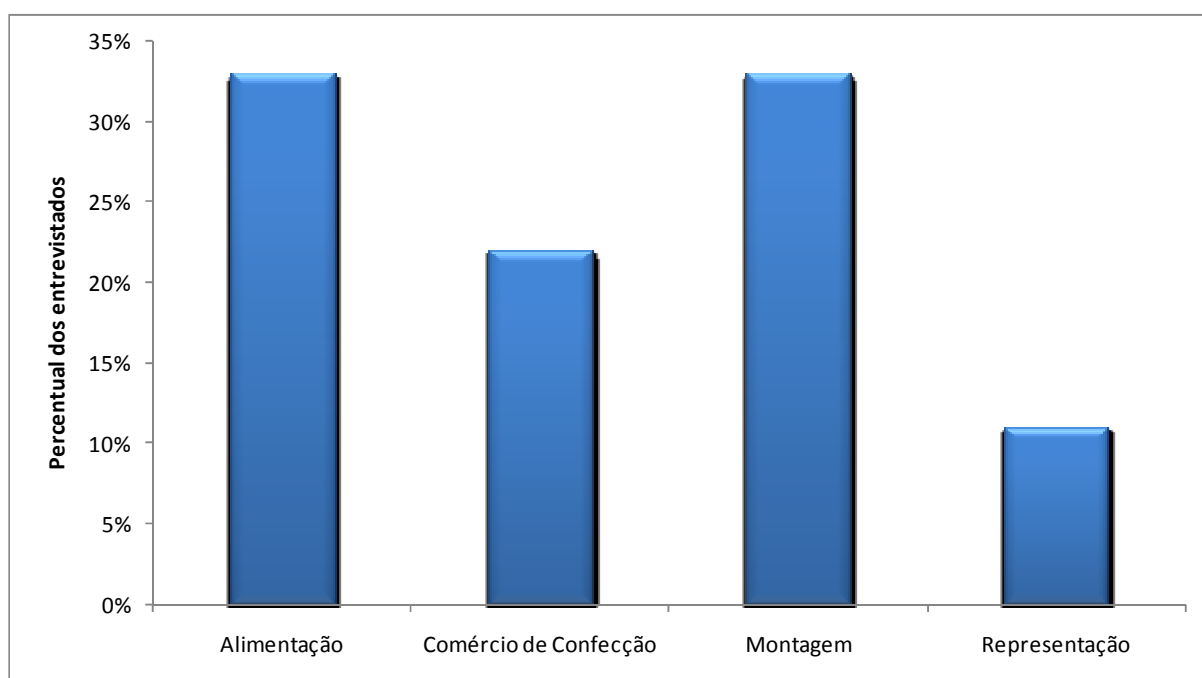
Fonte: Dados da pesquisa

Quando questionados sobre o setor de atuação, 44% encontram-se no comércio e 56% no setor de serviços, identificando uma semelhança entre as áreas. Segue dados sobre os produtos e serviços.

**Tabela 7** - Quais são os principais produtos e serviços de seu empreendimento?

Variável	Quantidade	(%)
Alimentação	3	33%
Comércio de Confeção	2	22%
Montagem	3	33%
Representação	1	11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa

**Figura 7:** Principais produtos e serviços

**Fonte:** Dados da pesquisa

De acordo com a pesquisa, os seguimentos de atuação descritos na tabela anterior estão distribuídos da seguinte maneira: 33% dos entrevistados atuam no ramo de alimentação, como bares, restaurantes e lanchonetes, 33% em setores de montagem de móveis, 22% atuam no comércio de confecção como loja de roupas femininas e confecção própria de roupas e 11% atuam como representantes.

**Tabela 8** - O processo de abertura do seu empreendimento teve assessoramento sobre a modalidade de Microempreendedor Individual?

<b>Variável</b>	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Sim	9	100%
Não	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Pesquisadora

**Tabela 9** – Teve acesso fácil as informações?

<b>Variável</b>	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Sim	9	100%
Não	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Tabela 10** – Quem te auxiliou na abertura do empreendimento?

<b>Variável</b>	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Consultor	1	11%
Contador	3	33%
Prefeitura	3	33%
SEBRAE	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

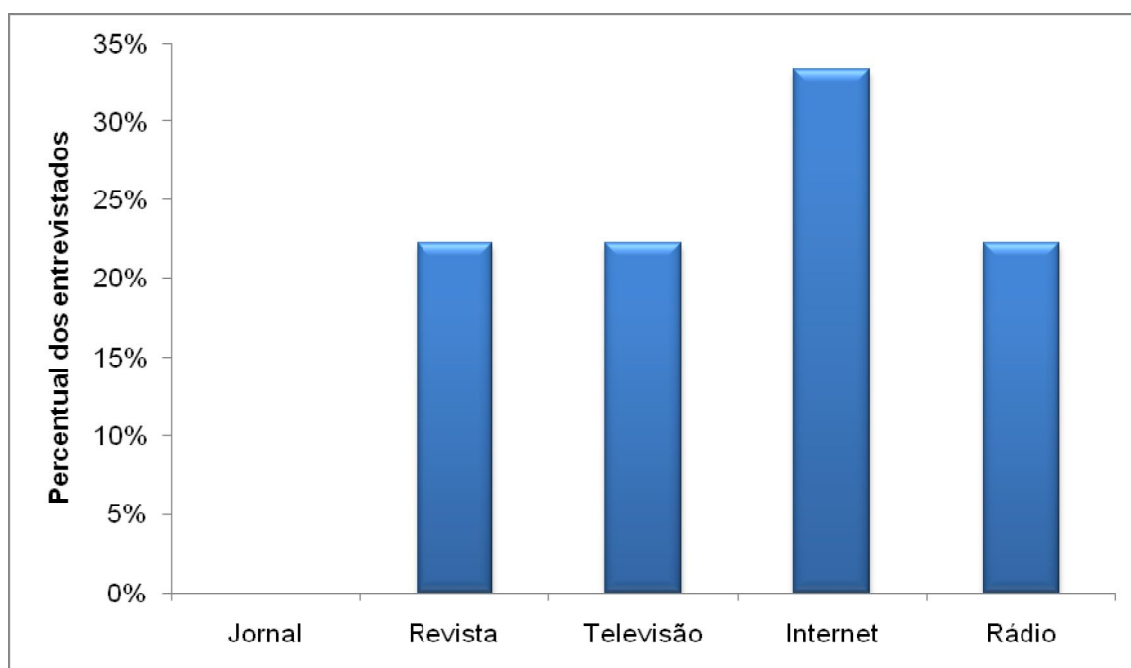
**Fonte:** Pesquisadora

Os questionários 8, 9 e 10 foram encadeados, observando-se que todos tiveram assessoramento em relação ao processo de inclusão do Microempreendedor Individual, sendo que, tal assessoria deu-se por meio de contadores, consultores, Prefeitura e SEBRAE.

**Tabela 11** – Como ficou sabendo dessa nova modalidade de empreendedorismo?

Variável	Quantidade	(%)
Jornal	0	0%
Revista	2	22%
Televisão	2	22%
Internet	3	33%
Rádio	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa

**Figura 8:** Nova modalidade

**Fonte:** Dados da pesquisa

Quando questionados sobre o conhecimento da modalidade, 33% dos empreendedores tiveram acesso pela primeira vez a informação através da internet, e dividiram-se em 22% os entrevistados que ficaram sabendo da nova modalidade através de revista, televisão e rádio.

## 4.2 PERGUNTAS ABERTAS

Foram entrevistados 9 empreendedores individuais do município de Urussanga – SC, nos quais, 11 perguntas abertas. As entrevistas foram transcritas de acordo com a linguagem do empreendedor, possibilitando a seguinte análise, na maioria das respostas:

Os entrevistados foram questionados se sempre trabalharam na área em que atuam?

Respondente 1 - Sim, sempre trabalhei com lanchonete.

Respondente 2 - Não. Nunca trabalhei fora, sempre fui dona de casa, comecei a trabalhar fora só quando abri a loja.

Respondente 3 - Sim, durante dois anos trabalhei em uma empresa de montagem de móveis.

Respondente 4 - Sim, trabalho com montagem de moveis desde os meus 16 anos.

Respondente 5 - Não, com 17 anos fiz estágio em uma cerâmica, depois de dois anos comecei a trabalhar na área.

Respondente 6 – Sim. Trabalhei com móveis perola, do moveis perola trabalhei no movei Perraro, do moveis Perraro trabalhei na Arte Prates e dos móveis Arte Prates trabalhei no movei Coelho. Desde 1977 trabalha na área, sempre trabalhei com moveis.

Respondente 7 - Não, meu primeiro emprego foi no Angeloni, trabalhei de empacotador durante dois anos, depois trabalhei em uma loja de material de construção, por quatro anos e depois trabalhei na Cristal Color como supervisor de setor de tintas lá eu fiquei mais uns três anos depois consegui com representação.

Respondente 8 - Sim, bato fotos desde meus 17 anos, comecei batendo fotos de amigos em festas, depois comecei a ser contratado por festas para fotografar, e hoje faço books, tenho um site de fotos e ainda bato fotos das festas.

Respondente 9 - Não antes de trabalhar com confecção eu trabalhei com pedras, mais trabalhava por conta também, daí comecei a trabalhar fazendo bolsas junto com um tio meu, acabei ficando doente e saindo, daí comecei a trabalhar com motos e ia fazendo bolsas em casa comprei uma máquina e comecei a vender por conta própria.

Dos entrevistados cinco já haviam trabalhado na área em que resolveram abrir seu negócio, uns trabalham mais de 10 anos na atuação atual, são muito responsáveis, sabe de seus compromissos em relação a se tornarem Empreendedores individuais. São poucos os que não trabalhavam na área. Dos 9 entrevistados, somente quatro.

Quando questionados em que ano fundaram seu empreendimento?

Respondente 1 - Já faz cinco anos que eu tenho a lanchonete no ginásio municipal de Urussanga.

Respondente 2 - 21 de janeiro do ano passado (2010).

Respondente 3 - No ano de 2010.

Respondente 4 - 2010.

Respondente 5 - Em 2010 comecei meu próprio negócio. Hoje (13/04) faz exatamente um ano que tenho o estabelecimento.

Respondente 6 - Comecei a trabalhar por conta há 10 anos.

Respondente 7 - Em 2007.

Respondente 8 - Tenho minha loja desde março de 2010.

Respondente 9 - Ano passado, maio de 2010.

Foram poucos os entrevistados que se importaram em responder essa pergunta. A maioria dos empreendedores fundou seu negócio no início do ano passado, entre os meses de Janeiro à Maio de 2010, assim que os meios de

comunicação começaram a divulgar sobre a Lei dos Micros Empreendedores Individual. Os que ficaram meio encabulados em responder foram os que trabalham na informalidade há mais tempo, pois durante alguns anos ficaram trabalhando na informalidade. Correndo riscos, tendo empregado não registrado. Um dos entrevistados até afirmou já terem denunciado ele, por trabalhar como informal, não emitindo notas. Por isso quando soube da Lei resolveu pesquisar mais para não haver complicações futuras.

O que motivou você a abrir seu próprio negócio?

Respondente 1 - Quando vim para Urussanga há seis anos surgiu à oportunidade de “tocar” a lanchonete do ginásio de esportes, como já fazia faxina e cuidava do ginásio pensei na possibilidade de ficar com a lanchonete e resolvi arriscar.

Respondente 2 - No início comecei devagarzinho, ia viajar e trazia roupas e ia à casa de conhecidos com uma mala cheia de roupas e acessórios e vendia para os outros. Quando vi que as coisas foram melhorando, o pessoal ia gostando das coisas que eu trazia, resolvi abrir a loja de roupas e acessórios.

Respondente 3 - No final do ano de 2009 decidi que não queria mais ser empregado dos outros e que queria ter meu próprio negócio, daí comecei a procurar informações e ver o que era mais vantajoso.

Respondente 4 - Eu vi que eu tinha bastante chance na área que eu atuo daí eu resolvi pedir demissão da empresa que eu tava trabalhando, já que eu me incomodava de mais com os patrões eu resolvi arriscar.

Respondente 5 - Precisava ter uma renda melhor do que eu estava ganhando, daí resolvi que tinha que tenta e arriscar e montar minha firma, não é fácil, trabalho em casa, até pra gastar menos, mais mesmo assim é um gasto e no começo eu tive muita dificuldade.

Respondente 6 - A motivação de abrir o meu próprio negócio foi que já tinha muitos clientes e amigos e também já trabalhava no ramo, não queria mais trabalhar como funcionário.



Respondente 7 - Pra mim a motivação de ter o meu próprio negócio é o meu mercado de atuação, trabalhar como representante é um ramo muito bom, o meu produto se vende sozinho.

Respondente 8 - Fui vendo que fui me dando bem no que estava fazendo, a procura começou a ser maior, o pessoal me procurava, em festas que tava fotografando pedia meu telefone, perguntava se eu fazia book, fotografava eventos, daí comecei a ver se continuasse nesse ramo, fosse me aperfeiçoando mais iria me dar bem, hoje tenho bastante clientes e com o tempo o pessoal me procura mais.

Respondente 9 - Eu já tinha a fabrica de bolsa há cinco anos, já tava funcionando, mais não tava registrado, em maio eu fui a uma reunião do SEBRAE aqui no bairro, e me interessou, o baixo custo me chamou atenção.

Com relação à motivação de abrir seu próprio negócio os entrevistados afirmam que não gostariam de trabalhar como empregado, os que já tinham experiência na área, e os que não tinham experiência alguma, foram as oportunidades que surgiram e eles não tiveram medo de assumi-las. Segue alguns dos exemplos: a grande procura pelo trabalho informal de um fotografo que o motivou a ter seus próprio estabelecimento. Um dos entrevistados diz que é pelo interesse na área em que atua no momento, por se tratar de uma área que se vende fácil. Outros afirmam que a motivação veio em virtude da área financeira, que acreditam ser bom ser um empreendedor individual por acharem que se tornar um tem um custo muito baixo e alguns benefícios para o empreendedor. Teve empreendedor que abriram seu empreendimento por já ter cliente e amigos. Pode-se observar diversas formas de motivação.

Como você se planejou para abrir seu negócio?

Respondente 1 - Antes de iniciar as atividades fiz um planejamento simples.

Respondente 2 - Não fiz planejamento no papel, como já havia comentado anteriormente viu que iria dar certo abrindo uma loja, por já ter algumas clientes e também sugestão de familiares.

Respondente 3 - Não houve um planejamento específico somente vontade de ter o próprio negócio

Respondente 4 - Fiz um planejamento básico, fiz uma análise e viu que se tornar um empreendedor individual era mais viável. Pelos gastos com contador que não tem, fiz uma pesquisa bem simples antes de abrir, vi na internet no portal do empreendedor, bem legal, lá fala bem certinho e achei bem interessante ser um empreendedor individual.

Respondente 5 - Eu acho que pra ter um negócio nos dias de hoje, todos devem ter pelo menos um planejamento básico. O planejamento que eu usei foi bem simples, nesse planejamento eu estudei a atividade que eu iria realizar e também formei meus preços.

Respondente 6 - Não, foi tudo na base da “coragem” mesmo.

Respondente 7 - Com experiências anteriores, como meu primeiro emprego foi em mercado eu já sabia o que estava fazendo.

Respondente 8 - Bom na verdade eu cursei administração de empresas, daí eu tinha várias aulas e a maioria dos professores falavam que tinha que planejar algo, ensinavam a fazer um planejamento sim, um plano de negócios, eu não fiz um super plano de negócio, mais fiz um planejamento simples, não sigo ao pé da letra, é só pra ter uma base.

Respondente 9 - Bom, sempre tive um espírito empreendedor, como não sou profissional em nenhuma área, eu trabalhava na empresa no meu tio de bolsa, daí sai, tentei vender motos, tipo uma garagem, mais não deu certo, então fui fazendo bolsas pra passar o tempo e em menos de um mês já estava com duas máquinas e vendendo super bem.

Dos 9 empreendedores entrevistados, apenas 4 deles fizeram um planejamento, nada muito complexo, os mesmos afirmam que foram planejamentos simples, somente para começar o negócio. Os restantes dos empreendedores não haviam feito nenhum tipo de planejamento. Apenas seguiram sua intuição, ou conselho de familiares, experiências anteriores, uns afirmam ainda que sempre

tiveram vontade de ter seu próprio negócio, outros comentam que abriram seu empreendimento na base da “coragem”. Em sua entrevista um dos empreendedores comenta que sempre teve espírito de empreendedor, apesar de nunca ter feito planejamentos já tinha tentado uns dois negócios antes da área em que atua.

Os produtos e/ou serviços que são oferecidos pelo empreendedor tem um diferencial competitivo em relação à concorrência?

Respondente 1 - Como os produtos que eu vendo são balas, refrigerantes, salgadinhos, chips, eu acho que meu diferencial em relação à concorrência seja a variedade das coisas que eu vendo, tipo, ter várias opções de um determinado produto.

Respondente 2 - Sim

Respondente 3 - Como meu trabalho era montar os móveis pras Casas Bahia, eu ia lá montava os moveis que eles vendiam eu não me preocupava com a concorrência, porque eu não precisava ir atrás dos clientes nem eles atrás de mim, a loja que mandava mesmo, eles só me ligavam e eu ia.

Respondente 4 - Sim, eu sempre procuro fazer as coisas no prazo que eu falei que iria entregar e nunca deixo meu cliente na mão, eu sempre tento fazer de tudo para agradar o cliente.

Respondente 5 - Sim, eu to sempre em busca da qualidade do que eu faço. Por exemplo, sempre observo a laranja do suco se está boa, os salgados sempre quentinhos, o ambiente limpo e organizado, porque eu me coloco no lugar deles, se eu vou a um lugar sujo e não gosto, eu posso até comer ali, mais não volto mais depois.

Respondente 6 - Eu acho que hoje em dia a concorrência é muito grande pra qualquer ramo de atividade, para os marceneiros, no caso é mais difícil ainda porque todo mundo faz trabalho bem parecido e isso faz com que a concorrência seja muito grande.

Respondente 7 - Sim. Na verdade agente sempre acha que o que nós vendemos é sempre o melhor, mais eu acho que os produtos que vendo são muito bons, não perco pra concorrência, não!

Respondente 8 - Claro. Ainda mais no meu ramo, tenho que tá sempre inovando, na qualidade das fotos, na qualidade dos álbuns, nas fotos que são postadas no site logo após uma balada. Em minha opinião o que faço é muito bem feito. Sou muito autocrítico, se não tá bom refaço até eu gostar.

Respondente 9 - Olha é difícil nos entrarmos no mercado, mais eu comecei a dar seis meses de garantia em meus produtos, daí o pessoal começou a ver que meu produto era bom, fiz parceria com empresa de brindes que e deram um bom resultado.

Quando questionados se os produtos e serviços oferecidos pelos empreendedores tinham diferencial em relação a concorrência, a maioria das respostas foram bastante otimistas. Por exemplo, a senhora que possui um bar acredita que tem mais variedades de produtos do que seus concorrentes, um dos entrevistados montava moveis para uma grande loja, ou seja, sua preocupação não era com a concorrência, um dono de uma lanchonete do município sempre busca oferecer seus produtos para os clientes com qualidade, um dos senhores que trabalha com montagem acredita que hoje em dia a concorrência é muito grande, mais não fica por baixo, sempre procura entregar seus trabalhos no prazo combinado, o fotografo está sempre inovando em material, câmeras, sites e o empreendedor que fabrica bolsas para garantir seus clientes afirma que seu diferencial em relação a concorrência é a garantia de seis meses que ele da em seus produtos. Cada empreendedor tem seu jeito particular de agradar, garantir clientes, de mostrar seus diferenciais.

Houve alguma dificuldade em relação à concorrência?

Respondente 1 - Sim, eu sinto muita dificuldade, porque tem várias lanchonetes por perto e como a minha é dentro do ginásio só quem sabe que tem uma lanchonete ali

é quem tá dentro do ginásio, quem tá fora não vê e acaba indo na padaria ali fora, coisa assim.

Respondente 2 - Não, pois onde a minha loja é localizada não tem nenhuma loja de roupa por perto por isso eu não tenho muita concorrência.

Respondente 3 - Como eu trabalhava para as Casas Bahia a concorrência não era problema

Respondente 4 - Não, no meu ramo tem bastante mão de obra e pouca gente que faz. Isso faz que a concorrência não seja problema, pelo menos pra mim.

Respondente 5 - Sim, hoje em dia a concorrência é grande em qualquer setor de atuação, a partir daí que o dono do estabelecimento tem que se preocupar em como está o ambiente, o que está sendo servido, se o atendimento está bom.

Respondente 6 - Eu sinto muita dificuldade por causa da quantidade de marceneiros de hoje em dia, existe um marceneiro em cada esquina. E também eu já levei um golpe muito grande aqui na cidade, aonde não me faz ser uma pessoa bem vista mais eu to me recuperando, devagarzinho eu vou conseguindo conquistar os clientes novamente.

Respondente 7 - Sim, no meu ramo tem muitas outras marcas, marcas boas, é muito difícil entrar no mercado, fazerem com que os outros experimente coisas novas. Eu tive muita dificuldade, sim!

Respondente 8 - Há sim, acho até que a concorrência hoje em dia é ruim e difícil para todos os profissionais, principalmente pros mais novos, e também hoje em dia é assim, qualquer pessoa que tem uma câmera profissional na mão já acha que é fotógrafo.

Respondente 9 - Tem dificuldades sim, empresas que vem de fora, que não sei como eles baixam muito o preço do produto deles.

As respostas dessa pergunta ficaram meio divididas. Uns empreendedores sentem dificuldades quando se trata da concorrência, já outros tratam a concorrência sem medo. Entre as dificuldades dos entrevistados há muitas

diferenças, até por se tratarem de ramos diferentes. Por exemplo, o bar que é dentro do ginásio de esportes do município, sente dificuldade por estar escondido e sua clientela ser somente o pessoal que frequenta o ginásio. O dono da lanchonete afirma que o proprietário tem que estar sempre atento a limpeza do estabelecimento ao atendimento. Para o fabricante de bolsas as concorrências de fora são bastante difíceis, pois vendem bons produtos por um preço bastante baixo. Para os empreendedores que não sente dificuldades em relação a concorrência um deles afirmam que seu estabelecimento é bem localizado, não havendo concorrentes por perto. Um dos entrevistados trabalhava para uma loja com montagem, logo, não havia preocupação com a concorrência. E por ultimo uns dos marceneiros entrevistados comenta que no ramo de atuação há muita mão de obra e pouca gente para exercer o trabalho.

Em relação aos clientes, é difícil conquistá-los e mantê-los?

Respondente 1 - Apesar da concorrência grande do lado de fora do ginásio, meus clientes são “fiéis”, pois são as pessoas que frequentam o ginásio diariamente, é através deles eu mantenho a lanchonete, a maioria são crianças, daí fica mais fácil.

Respondente 2 - Sim, mais tendo um atendimento diferenciado, dando a atenção que o cliente precisa, você acaba conquistando os clientes.

Respondente 3 - É difícil agradar a todos, havia muita reclamação pela demora da montagem dos moveis.

Respondente 4 - Eu acho que se fizer um bom trabalho é fácil manter e conquistar os cliente, os meus clientes são fiéis.

Respondente 5 - Meus clientes são fiéis pelo fato de já conhecer meu trabalho. Sabem que gosto de tudo certinho, geralmente são pessoas que moram aqui perto. Conhecidos. Na verdade a maioria já se tornou amigos.

Respondente 6 - Sim, tenho vários clientes, mais acho complicados mantê-los, pois quem procura seus serviços geralmente quer móveis sob-medida, e não é todo dia que existe procura.

Respondente 7 - Sim, pois como o mercado é muito competitivo você além de ter que ser um bom profissional no que faz, precisa ter amizade com seus clientes.

Respondente 8 - Meus clientes são sempre novos clientes, sempre tem aquele que volta ou que indica pra um amigo, acho bem difícil mante-los, mais faço de tudo pra conquistá-los.

Respondente 9 - Pois é, conquistar vender uma vez tu pode prometer um monte de coisa e cumprir, para mantê-los, sempre oferecendo várias opções para o cliente ficar a vontade. Pra manter agente tem que ter honestidade no que falo.

Quando questionados sobre seus clientes, se é difícil conquistá-los e mantê-los os entrevistados respondem que sempre fazem de tudo para conquistar os clientes, manter os mesmo é consequência da conquista. Como a pesquisa foi aplicada em um município não muito grande, a maioria dos empreendedores afirma que seus clientes são fiéis. Os empreendedores que tem mais dificuldade de manter seus clientes são os que trabalham com montagem e prestam serviços. Pois não são clientes que precisam dos serviços dos mesmos todos os dias, mais apenas quando precisam.

O que motivou você a ser um empreendedor individual? Por qual razão procurou se formalizar?

Respondente 1 - Não querer trabalhar para os outros foi um dos motivos maiores em se tornar uma empreendedora individual, eu já me incomodei muito com ex-patrões. Resolvi me formalizar por quer deixar a lanchonete para minha filha que ano que vem já completa 18 anos e vai começar a "tocar" a lanchonete.

Respondente 2 - Eu me formalizei, porque vi que a loja tava crescendo e eu gosto de tudo certinho não queria trabalhar na informalidade, quando fiquei sabendo da lei resolvi que poderia ser uma empreendedora individual, era mais vantagem.

Respondente 3 - Eu não queria mais ser empregado dos outros, se fosse pra ganhar dinheiro então que fosse pra mim. Daí fui ver como eu poderia ter um negócio mais não ser autônomo, daí resolvi me formalizar.

Respondente 4 - Pois não queria mais trabalhar de empregado, também acho que ser um empreendedor individual possui um bom custo benefício.

Respondente 5 - Eu nunca gostei de trabalhar de forma errada, quando resolvi abrir meu empreendimento fui até o contador e o ele me mostrou as maneiras que eu podia me formalizar, me tornar um empreendedor individual foi a mais interessante. Me formalizei, pois não gostaria de trabalhar em uma coisa que fosse me incomodar futuramente.

Respondente 6 - Eu não quis mais ser empregado, pois eu não queria mais dar satisfação a “patrão”, daí resolvi abrir meu próprio negócio.

Respondente 7 - Minha família e o mercado, minha família porque preciso me virar para ter meu dinheiro, tenho casa, carro, tenho pessoas que dependem de mim. E o mercado porque hoje em dia o mercado está exigindo muito, a fiscalização está mais em cima.

Respondente 8 - Eu trabalhava como autônomo, não que tava ruim, mais eu pensava e me preocupava com o futuro, pensava que se eu continuasse nessa profissão daí comecei a procurar na internet como eu poderia formalizar meu negócio e achei essa Lei, entrei no site do SEBRAE, no portal do empreendedor e fui seguindo os passos da formalização.

Respondente 9 - Como comecei a fazer bolsas por conta própria, e estava crescendo, a procura de empresas, escolas foram ficando maiores, eu não ia ficar trabalhando de uma forma não legalizada, como já falei, fui a uma reunião do SEBRAE e daí eles falaram que tinham alguns contadores que estavam cadastrados no programa e não podiam cobrar nada e me formalizei.

A motivação dos entrevistados em se tornarem e se formalizarem como empreendedores individuais foram pelo fato dos mesmos não querem mais trabalhar de funcionários para os outros, por já terem se incomodados com patrões antigos, se tornarem um empreendedor individual é a forma mais viável para eles não trabalharem na informalidade.



Quais as vantagens e benefícios em se tornar um Empreendedor Individual?

Respondente 1 - Uma das maiores vantagens em se tornar um empreendedor individual é que a eu não estou na informalidade, não me complicando com a fiscalização. E os benefícios é que eu tenho os mesmo direitos de qualquer outra pessoa que é dona de empresa.

Respondente 2 - Eu acho que as vantagens e os benefícios dos empreendedores individuais é que se formalizando eu fico isenta a algumas taxas de uma empresa de pequeno porte e também estou contribuindo para INSS, auxilio doença, entre outros direitos.

Respondente 3 - As vantagens que tinha em ser um empreendedor individual é que você está de acordo com as leis de uma microempresa porem não possui tantas obrigações.

Respondente 4 - Não pagar contador, ter as mesmas opções de uma grande empresa.

Respondente 5 - As vantagens e benefícios para mim são parecidos, pois pago INSS o que me garante a aposentadoria, tenho auxilio doença. A vantagem é que tenho CNPJ, apoio de um contador e tenho auxilio do SEBRAE, os custos de ser um empreendedor individual também são menores e sou isento de algumas taxas.

Respondente 6 - Eu acredito que para a minha profissão, marceneiro não existem muitas vantagens, pois se eu quiser fazer um empréstimo para empresa eu posso pegar uma quantia muito pequena por causa do meu faturamento mensal que é de até R\$ 3.000,00, por outro lado é beneficiado nos impostos, por ser isento de algumas taxas.

Respondente 7 - As vantagens é que não estou trabalhando informalmente, os benefícios são que trabalho sozinho e tenho todos os direitos de qualquer trabalhador.

Respondente 8 - Ser um empreendedor individual tem muitas vantagens e benefícios, a primeira é que estou em dia em relação ao meu dever como cidadão, ou seja, tenho alvará, pago INSS respondo como uma microempresa.

Respondente 9 - Vantagem é que agente consegue contribuir e estar legalizado com o custo baixo, o beneficio acho que é financeiro, agente pode fazer uma coisa que nunca fizemos sem ter que investir muito.

Para os entrevistados as vantagens e os benefícios são semelhantes, quando formalizado o empreendedor tem certas beneficio, o que é muito bom. Não há gastos com o contador, você possui uma empresa legalizada perante o estado e tem benefícios como qualquer pequena e média empresa. Está trabalhando por conta, mais ao mesmo tempo contribuindo para o INSS, como empreendedor individual o responsável e dono da empresa tem CNPJ, notas fiscais, alvará. As vantagens de estar legalizado é que você está em dia com a fiscalização. Não havendo preocupações.

Qual foi sua maior dificuldade em se tornar um Empreendedor Individual?

Respondente 1 - Não tive dificuldade nenhuma em se tornar empreendedora individual.

Respondente 2 - Eu não tive dificuldade quanto a me formalizar, pois o meu contador deu todo auxilio que eu precisei.

Respondente 3 - Não existe dificuldade em se tornar um empreendedor individual, a dificuldade é de dar “baixa” na empresa. Para ser um empreendedor individual basta se cadastrar no site e pagar uma taxa, claro, também tem que ter alvará. Mais para dar baixa na empresa dai sim é uma burocracia.

Respondente 4 - Não, achei super fácil me tornar um Microempreendedor Individual.

Respondente 5 - Não tive dificuldade, pois tive grande auxilio de pessoas que sabiam do que estavam falando.

Respondente 6 - Não, é simples, fiz todos os cadastros pela internet.

Respondente 7 - Não tive dificuldade em me tornar um empreendedor individual, acho que a maior dificuldade mesmo é criar uma boa carteira de clientes.

Respondente 8 - Eu não tive dificuldade, achei bem simples, só entrei no site, procurei um contador.

Respondente 9 - Começou fácil, depois até agora tenho dificuldade pra ter nota grande, a nota de produção, a nota de consumidor final é fácil. Até pouco tempo o estado não apoiava o projeto, até a pouco tempo eu estava sem inscrição estadual, a prefeitura ainda não tem muita informação, tem órgão públicos que ainda estão muito por fora dessa lei.

Nenhum dos entrevistados tiveram dificuldades em se tornar empreendedor individual. Todos tiveram o auxílio necessário quando estavam em processo de formalização. Um dos empreendedores afirma que começou fácil a formalização, mais teve dificuldade quando precisou de uma nota fiscal grande, pois os empreendedores individuais não possuem inscrição estadual, o que é fundamental para ter essa nota, o empreendedor comenta que muitos órgãos não têm todas as informações necessárias desta nova Lei. Já outro empreendedor afirma que para se formalizar é fácil o difícil é dar baixa na empresa que foi aberta, o mesmo não possui mais o empreendimento que abriu, e fala que teve bastante dificuldade para fechar a empresa.

Existe algum interesse em continuar na formalidade?

Respondente 1 - Sim.

Respondente 2 - Sim, só vou deixar de ser uma empreendedora individual quando fechar sua loja.

Respondente 3 - Não, dei baixa na minha empresa no começo do ano.

Respondente 4 - Por enquanto sim.

Respondente 5 - Claro. Pois gosto das coisas todas certinhas.

Respondente 6 - Sim

Respondente 7 - Sim.

Respondente 8 - Enquanto trabalhar sozinho, vou trabalhar como Empreendedor Individual, não tenho interesse em ficar na informalidade.

Respondente 9 - Sim, e ainda tenho planos de aumentar minha empresa para uma pequena empresa.

Quando questionados se existe interesse em continuar na formalidade apenas um dos nove entrevistados não tem interesse em continuar na formalidade pois já deu baixa em sua empresa, tinha interesse em trabalhar sozinho, mais diz que se incomodou muito com reclamações de clientes, o empreendedor trabalhava com montagem de moveis para uma loja. Já o restante dos entrevistados tem interesse em continuar na formalidade enquanto estiverem exercendo a profissão, um dos entrevistados até comenta que pensa em deixar de ser um empreendedor individual e tem planos de transformar seu empreendimento em uma pequena empresa.

## 5 CONCLUSÃO

Pode-se observar em um contexto geral que a cada dia que passa o mundo tem precisado de pessoas que tem criatividade, determinação e que buscam alcançar seus objetivos. A competição pela vida vem crescendo a cada dia, e isso não muda no mundo dos negócios, onde a competitividade é visível. E são nesses momentos de luta, que surge cada vez mais no mundo dos negócios a figura do empreendedor. Este empreendedor, que se destaca na maioria das vezes por suas inovações na sociedade.

O objetivo deste trabalho foi à busca de um melhor conhecimento das características que estes empreendedores apresentam e a forma de eles pensarem para que seus objetivos sejam alcançados. Um estudo foi realizado com a finalidade de conhecer algumas oportunidades que todas as pessoas tem em seu alcance e que queira se tornar um empreendedor individual e com isso possa abrir seu próprio negócio. Foi visto que os empreendedores individuais buscaram a nova lei para que estivessem em dia com a fiscalização. E não houve dificuldade para aderir a mesma.

Na busca deste conhecimento, que envolve empreendedorismo, buscou-se conhecer mais sobre a definição de empreendedorismo, os estilos, seus benefícios e saber suas características. Ainda dando continuidade na fundamentação teórica onde foram abordados temas de suma importância em relação ao empreendedorismo, foram os assuntos: empreendedor e plano de negócios. O primeiro explicou o que é empreendedor e suas características, seu perfil e suas qualidades.

O segundo assunto, o plano de negócio, enfatizou a importância do mesmo no procedimento de empreender. O tema destaca-se com o projeto e os benefícios de se planejar antes de abrir o empreendimento, o plano de negocio visa evitar surpresas futuras. E por fim foram descrita a legislação das empresas, as formas que um individuo pode abrir uma empresa até chegar ao assunto principal, o empreendedor individual.

Após esses estudos adquiridos através de alguns estudos a acadêmica pode fazer uma pesquisa de campo, que de imediato nos apresenta empreendedores individual, nem todos com um alto nível de estudos, mais pessoas que resolveram arriscar e abriram seu próprio negocio. A pesquisa foi realizada com

9 micro empreendedores individual do município de Urussanga – SC. Foram respondidos 9 questionários que auxiliou para a resposta dos objetos dessa monografia. Através da pesquisa foi possível identificar se os empreendedores individuais se planejaram para abrir seu negócio, se houve auxílio e as instituições ou profissionais que os ajudaram.

Quando tratado sobre o planejamento poucos fazem ou pelo menos pensaram em fazer um, os poucos que se planejaram foram alguns empreendedores que possuíam um nível superior, o restante pouco se preocupou com o planejamento. Porém todos os entrevistados afirmam que tiveram auxílio de instituições como SEBRAE, que é um grande incentivador desta idéia e também da prefeitura do município. Assim como de profissionais como contador e consultor.

Os empreendedores individuais questionados acreditam que para entrar no mundo do negócio necessita-se ter o desejo de vencer, uma boa idéia, um bom capital. Alguns dos empreendedores que foram entrevistados não possuem mais seu empreendimento, ou seja, nem sobreviveu um ano com o empreendimento, talvez isso tenha acontecido por falta de planejamento, fazer algo bem pensado. Vale ressaltar que existem instituições de auxílio, porém sem grandes divulgações. Talvez se existisse mais divulgação desses auxílios algumas pessoas que trabalham na informalidade viessem se formalizar. Só assim esses sonhadores poderiam ter seus negócios formalizados.

## REFERÊNCIAS

AGOSTINI, Julio César; ANGONESE, Rosângela M.; BOGONI, Roseli T. **Empreendedorismo: conceitos e pressupostos**. Curitiba: SEBRAE, 2001.

AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomson, 2007.

ARAUJO, Rita; LIMA, Michelângelo; RIBEIRO, Isabel; SÁ, Joana; SCHNEIDER, Fátima. **Cartilha do Empreendedor**. 3 ed. rev. e amp. Salvador: SEBRAE Bahia: Contraste, 2009.

BARROS, Aidil da Silveira Barros; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia: um guia para iniciação científica**. 2.ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

BARON, Robert A.; SCOTT, A. Shane. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BATISTA, Manoel Messias. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/tipos-de-empreendedorismo-semelhancas-e-diferencas/10993/>. Acessado em 08 dez.2010

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação**. São Paulo: Atlas, 2007.

BYRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os desafios dos empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

BOAVENTURA, Edivaldo M. **Metodologia da pesquisa: monografias, dissertações, tese** / Edivaldo M. Boaventura. São Paulo: Atlas, 2004.

CARRETEIRO, Ronald Pinto. **Preparando-se desde jovem para empreender**. 1999. Disponível em: <<http://www.projeto.org.br/tv/prog03/html/ar0301.html>>. Acesso em: 5 set.2010.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 5ª Ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia compreensivo para iniciar e tocar seu próprio neg**. São Paulo: Saraiva, 2005.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor: Fundamentos da iniciativa empresarial**. 4 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Introdução à Administração**. São Paulo: pioneira Thomson Learning, 2002

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: Como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo Estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Ceagage Learning, 2008.

FERREIRA, Lusia Angelete. **Manual do empreendedor Individual** – Treinamento Interno SEBRAE. Brasília: G3 Comunicação, 2009.

GIMENEZ, Fernando Antônio Prado et.al. Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor. In: SOUZA, E. C. L. de (Org.). **Empreendedorismo. Competência essencial para pequenas e médias empresas**. Brasília: ANPROTEC, 2001, p. 9-24.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRECO, Simara Maria de Souza Silveira, et al. **Empreendedorismo no Brasil**: 2008. Curitiba: IBQP, 2009.

HERKENHOFF, Henrique Geaquinto. **Direito de Empresa**. 6ª Ed., São Paulo: Revista dos tribunais, 2008.

HISRIC, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5ª Ed., Porto Alegre: Bookman, 2004.

LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo – criando riquezas**. (colaboração de Joaquim José Borges Gouveia). Recife: Ed. Gago, 2002.

LEZANA, Alvaro Guillermo Rojas. **O empreendedor**. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 1999.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; FERLA, Luiz Alberto; CUNHA, Cristiano J.C. Almeida. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. 2ª edição, Florianópolis: IEA – Instituto de Estudos Avançados, 2005.



MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 5 ed. Ver.e amp. São Paulo. Atlas, 2002.

MANUAL DE OSLO. **Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação.** Terceira Edição.

MATTOS, João Roberto L.; GUIMARÃES, Leonam dos Santos. **Gestão da tecnologia e inovação:** uma abordagem prática. São Paulo: Saraiva, 2005.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações.** São Paulo: Atlas, 2000.

MOREIRA, Daniel Augusto; Queiros, Ana Carolina S. **Inovação organizacional e tecnológica.** São Paulo: Thomson, 2007.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Administração para empreendedores:** fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MELCHOR, Paulo. **Interpretando a Lei do Micro Empreendedor Individual.** Sebrae, 2009.

MEGGINSON, Leon C. **Administração: conceitos e aplicações.** São Paulo: Harper & Row do Brasil, 1986.

OLIVEIRA, Silvio L. de. **Tratado de metodologia científica:** projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1999.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia Científica.** São Paulo. Loyola, 2005.

SALIM, Cesar Simões,. **Administração empreendedora:** teoria e prática usando estudos de casos. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, c2004.

SARKAR, Soumodip. **O empreendedor inovador:** faça diferente e conquiste seu espaço no mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SOUZA, Eda C. L. de. A Disseminação da Cultura Empreendedora e a Mudança na Relação Universidade-Empresa. In: Souza, Eda C. L. de (Org.). **Empreendedorismo:** competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília: ANPROTEC, 2001.



TIMMONS, Jeffry A. **Plano de Negócios que dão certo:** um guia para pequenas empresas. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2008.

Vade Mecum, Código Civil. Art. 966 ao 1.092.

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. **Metodologia do trabalho científico: um enfoque didático da produção científica**. São Paulo: EPU, 2001.

WOLCOTT, Robert C.; LIPPITZ, Michael J. Os quatro modelos de “intra-empreendedorismo”. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, p.6-16, jul./set. 2007.

## APÊNDICES

	<p>UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC Curso de Administração de Empresas Disciplina de Estágio Supervisionado I</p>	
---	--	---

**Professor Orientador: Jaime Dagostim Picolo**  
**Acadêmica: Mariana do Nascimento Viana**  
**Segmento da Pesquisa: Empreendedor Individual**  
**Local da Pesquisa: Urussanga**

Formulário para coleta de dados

Este é um questionário de pesquisa aplicado pela acadêmica Mariana do Nascimento Viana, na busca de informações de seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), sobre a nova modalidade de empreendedorismo, o Empreendedor Individual, no município de Urussanga – SC.

### **CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR**

1. Faixa Etária?

- ( ) Entre 18 e 25 anos
- ( ) Entre 26 e 29 anos
- ( ) Entre 30 e 35 anos
- ( ) Entre 36 e 40 anos
- ( ) Acima de 40 anos

2. Sexo?

- ( ) Masculino
- ( ) Feminino

3. Escolaridade?

- ( ) Sem estudo

- ☐ 1º grau completo
- ☐ 2º grau completo
- ☐ Superior Incompleto
- ☐ Superior Completo

4. Antes de abrir sua empresa, você possuía quanto tempo de experiência em sua área de atuação?

- ☐ Sem experiência
- ☐ 6 meses à 1 ano
- ☐ 1 à 4 anos
- ☐ 4 anos ou mais

5. Há quanto tempo possui seu empreendimento?

6. De que forma você se planejou para abrir seu negócio?

7. O que motivou você a abrir seu próprio negócio?

8. Em relação a você como profissional você gostaria de?

- ☐ Trabalhar em uma organização
- ☐ Trabalhar como autônomo
- ☐ Empregar e/ou organizar os outros

## **CARACTERISTICA DA EMPRESA**

9. Qual o setor de atuação de sua empresa?

☐ Comércio

☐ Serviços

☐ Outros

10. Quais são os principais produtos ou serviços de seu empreendimento?

☐ Alimentação

☐ Comercio de Varejo

☐ Comercio de Confeção

☐ Informática

☐ Representação

☐ Outro: \_\_\_\_\_

11. No processo de abertura de seu empreendimento teve assessoramento?

☐ Sim

☐ Não

12. A quem teve auxilio para a abertura de seu empreendimento?

☐ Consultor

☐ Contador

☐ Advogado

☐ Instituição

## **EMPREENDEDOR INDIVIDUAL**

13. O que motivou você a ser um empreendedor individual?

14. Como ficou sabendo dessa nova modalidade de empreendedorismo?

☐ Jornal

☐ Revista

☐ Televisão

☐ Internet

☐ Outros: \_\_\_\_\_

15. Teve acesso fácil as informações?

☐ Sim

☐ Não

16. Qual foi sua maior dificuldade em se tornar um Empreendedor Individual?

17. Por qual razão você procurou se formalizar como Empreendedor Individual?

18. Quais as vantagens e benefícios em se tornar um Empreendedor Individual?

19. Existe algum interesse em continuar na formalidade? Por quê?

20. Que órgão lhe deu assistência quando você estava em processo de formalização?

**AMBIENTE EXTERNO**

21. Os produtos e/ou serviços que são oferecidos pelo empreendedor tem um diferencial competitivo em relação à concorrência?
22. Houve alguma dificuldade em relação à concorrência?
23. Para abrir sua empresa, o empreendedor fez um Plano de Negócio ou fez um planejamento antes de abri-la? Caso tenha feito, é aplicado na empresa?
24. Em relação aos clientes, é difícil conquistá-los e mantê-los?



## EXEMPLO DE ROTINA PARA SE TORNAR UM EMPREENDEDOR INDIVIDUAL

### a) Como um professor pode se tornar um Empreendedor Individual

O primeiro passo para se formalizar como empreendedor individual é realizar uma consulta de local na prefeitura da região onde a empresa irá instalar sua administração. Essa consulta se faz necessária, para que o órgão municipal faça uma avaliação do lugar é verificado se a atividade empresarial desejada possa ser realizada no endereço desejado.

Vale ressaltar que é necessário avaliar também se a atividade empresarial desejada atende as condições da categoria, isto é, o professor não deve possuir outra empresa em seu nome, nem sempre é necessário que se tenha sócios, o faturamento mensal médio deve ser de até 3.000,00, e não pode precisar de mais de um funcionário. Sempre lembrando que cabe ainda ao interessado verificar se a atividade pode ser Empreendedor Individual, consultando em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br>



**Figura 9:** site portal do empreendedor  
**Fonte:** [www.potaldoempreendedor.com.br](http://www.potaldoempreendedor.com.br)

No site estão consideradas, por exemplos, as atividades abaixo:

- Instrutor de arte e cultura em geral
- Instrutor de artes cênicas
- Instrutor de cursos gerenciais

- Instrutor de cursos preparatórios
- Instrutor de idiomas
- Instrutor de informática
- Instrutor de música
- Professor particular

Após o deferimento da prefeitura com relação ao local, a inscrição pode ser feita no site, preenchendo o formulário que está disponível. Cada atividade a ser enquadrada possui um código próprio de descrição, os mesmo são conferidos em uma consulta feita previamente pela Prefeitura do município.

É possível o cadastro de mais de uma atividade para empresa. Para isso é necessário que seja selecionado uma principal ocupação, em seguida podem ser incluídas até 15 ocupações secundárias se necessário.

O único custo para a formalização é o pagamento mensal de R\$ 27,25 para o INSS, R\$ 5,00 caso o empreendedor seja um prestador de serviço e R\$ 1,00 caso tenha um comércio ou uma indústria, esses valor são cobrados através de um carnê que é emitido exclusivamente no Portal do Empreendedor.

O empreendedor individual é isento a impostos sobre nota fiscal. Tendo como impostos obrigatórios somente os citados acima (SEBRAE, 2011).